



ليلي أحمد جرار



الفيسبوك والشباب العربي





الفيسبوك

والشباب العربي

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
823/2/2012

الفيسبوك والشباب العربي

تأليف

ليلى أحمد جرار

مكتبة الفلاح
للنشر والتوزيع



حقوق الطبع محفوظة
All Rights Reserved
الطبعة الأولى 1433 هـ 2012 م

مكتبة الفلاح
للنشر والتوزيع

Al- Falah Books
For Publishing And Distribution
Kuwait, UAE, Egypt, Jordan

دولة الكويت
حولى، شارع بيروت، عمارة الأطباء
هاتف 2264 1985 فاكس 2264 7784 00965
ص.ب 4848 الصفاة 13049 الكويت

دولة الإمارات العربية المتحدة
العين: ص.ب 16431 هاتف 766 2189 فاكس 00971 3 765 7901
دبي: ص.ب 20438 هاتف 263 0618 فاكس 00971 4 263 0628

جمهورية مصر العربية
37 شارع النصر، امتداد رمسيس 2 ، مقابل وزارة المالية، مدينة نصر، القاهرة
هاتف 2262 8143 فاكس 002 02 2263 6587
e-mail: alfalah.cairo@gmail.com

المملكة الأردنية الهاشمية
دار حنين للنشر والتوزيع
العبدلي، مقابل البنك العربي، عمارة الدور
هاتف 569 5611 فاكس 00962 6 568 1208
ص.ب 927385 عمان 11190 الأردن
e-mail: dar.honin@gmail.com

جميع الحقوق محفوظة، لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات
أو نقله أو استنائه بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر.

الإخراج والإشراف الفني وتصميم الغلاف: محمد أيوب

الشكر والتقدير

أولاً .. أشكر العلي القدير أن أحاطني بعدد وافر من
الكرماء المعطائين .. فالحمد لله رب العالمين ..

كما أشكر شقيقتي .. نفية على كل ما قدمته من مساعدة
ومساندة لي ولعائلتي .

وشكراً لراشد الطاهر .. ابن شقيقتي على الدعم
المعنوي الذي طالما قدمه لي .. وأشكر أيضاً إبنائي .. مضر
وعمر .. فقد دفعا ثمننا لإنشغالي عنهما في البحث
والكتابة .

وشكر كبير لزميلي .. محمد حمدان .. الذي ضحى
في الكثير من أوقاته لي يقدم لي المعونة والمساندة، فكان مثالا
نموذجيا للزملاء الرائعين .

الإهداء

أهدي كتابي هذا لشخصين عزيزين على قلبي ..
وقريين من نفسي ..

فكيف لي أن أغفل من زرعت بداخلي الصبر والعزيمة
وحب التحدي .. عندما أخبرتني أن طريق العلم صعب
وعر .. ومكتني من تمهيد وعورة طريقي، بعلمها وحنانها
وحزمها .. وحرصتني على البحث والبحث والبحث،
عندما أخبرتني أن فوق كل ذي علم عليم .. فإلى من
علمتني أن لا قيمة للعلم إن لم يكن حاملة .. إنسان .. إلى
أستاذتي الفاضلة الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم .. أهدي
هذا الكتاب ..

كما لا يمكن أن أنسى .. من وقف إلى جانبي ..
ساعدي، ودعمي، وشد من أزرعي .. وأمن بقدراتي ..
وقدرها .. وطوقني بتفهمه وتضحياته .. وعلمني .. أن
الحياة عطاء، وأن المحبة .. طريق للبناء، وأن الاحترام ..
شموخ وكبرياء، وأن المشاركة .. فعل لا إدعاء، أهدي هذا
الكتاب إلى زياد ياسين .. زوجي .. وأبو مضر .. وعمر

المحتويات

15 مقدمة
----	-------------

الفصل الأول

الإنترنت والمواقع الاجتماعية

21 مقدمة
23 المبحث الأول: الإنترنت
23 تعريف الإنترنت
23 نشأة الإنترنت
25 أهم الأحداث في مسيرة الإنترنت
27 أهمية الإنترنت
28 أهم خصائص ومميزات الإنترنت
33 انتشار الإنترنت في الدول العربية
35 أكثر مواقع الإنترنت شعبية في الدول العربية
37 المبحث الثاني: المواقع الاجتماعية
37 ماهية المواقع الاجتماعية
38 نشأة المواقع الاجتماعية
40 أنواع المواقع الاجتماعية
41 خصائص المواقع الاجتماعية
43 أكثر المواقع الاجتماعية شعبية
43 المواقع الاجتماعية والويب 0.2
44 ماهية الويب 0.2

الفصل الثاني

موقع (الفيس بوك)

49	مقدمة
51	المبحث الأول: ماهية (الفيس بوك)
51	تعريف (الفيس بوك)
51	الإنطلاقة .
51	تطور سريع
52	نشأة (الفيس بوك)
57	السمات العامة لموقع (الفيس بوك)
59	نظرة عامة على مكانة موقع (الفيس بوك) على الإنترنت
61	المبحث الثاني: قضايا حول (الفيس بوك)
61	مقدمة
63	قضية الخصوصية في (الفيس بوك)
66	تحفظات على (الفيس بوك)
68	حجب (الفيس بوك) في بعض الدول
69	إدمان (الفيس بوك)
73	المبحث الثالث: النظرة إلى موقع (الفيس بوك)
73	نظرة عامة على (الفيس بوك) خدماته واستخدماته
75	نظرة المتخصصين العرب لتأثير (فيس بوك) على الشباب العربي
80	نظرة المجتمعات العربية لتأثير (الفيس بوك) على شبابها

الفصل الثالث

الشباب والأسرة

85	مقدمة
87	المبحث الأول: الشباب
87	المعنى اللغوي
87	المعنى الاصطلاحي
88	تحديد مفهوم الشباب
91	سمات وخصائص الشباب
92	أثر تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات على الشباب
95	المبحث الثاني: الأسرة
95	الأسرة ..
95	تعريف ومفهوم الأسرة
101	المبحث الثالث: التنشئة الأسرية
101	مفهوم التنشئة الأسرية
101	خصائص التنشئة الأسرية
102	دور أفراد الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية
103	دور الأم
104	دور الأب
104	دور الإخوة
105	العلاقات الأسرية
105	التواصل في العلاقات الأسرية وأهميته للشباب .
109	المبحث الرابع: تراجع دور الأسرة في عصر التكنولوجيا
109	مقدمة
111	العلاقات الاجتماعية الإلكترونية وبيئة المجتمعات الواقعية

النظرة لتأثير العلاقات الاجتماعية الإلكترونية على سية	
المجتمعات الواقعية	111

الفصل الرابع

نظرية الاستخدامات في تفسير الإقبال على الفيس بوك

مقدمة	119
المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع	121
أهم نماذج نظرية الإشباع والحاجات	125
نموذج كاتز وزملائه	125
نموذج ويندال	125
نموذج روز بحرين	125
المبحث الثاني أسباب إقبال الشباب على موقع (الفيس بوك)	125
اسباب إقبال الشباب على موقع الفيس بوك	127
1. الحاجة الاجتماعية	127
2. الحاجة لمعرفة الجنس الآخر	127
3. الحاجة للمعرفة	129
4. الحاجة للإشباع الفكري	129
5. الحاجة إلى الترفيه والتسلية	130
6. الإذعان المجتمعي	130
المبحث الثالث: أسباب اختلاف نسب مشاركة الإناث والذكور بموقع (الفيس بوك) في مجتمعاتنا عن الغرب	131
1. أسباب عاطفية	131
2. أسباب اجتماعية	132
3. وقت الفراغ	133
4. مستويات التعليم	134

الفصل الخامس

علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية
(دراسة ميدانية في المملكة الأردنية الهاشمية)

137	المبحث الأول: مقدمة الدراسة
137	تهديد
140	مشكلة الدراسة .
141	أسئلة الدراسة
142	أهداف الدراسة
143	أهمية الدراسة
144	تعريف المصطلحات
144	• (الفيس بوك)
144	• الاتجاهات
145	• الشباب ..
145	• الأسرة
145	• العلاقات الأسرية
145	• المجتمعات الافتراضية .
146	حدود الدراسة الزمنية والمكانية
146	محددات الدراسة
147	المبحث الثاني: الطريقة والإجراءات
147	المنهج المعتمد
147	محتمم الدراسة
147	عيبة الدراسة
150	أداة الدراسة
150	صدق الأداة
151	ثبات الأداة

151	إجراءات تطبيق الدراسة
152	المعالجة الإحصائية
153	صعوبات الدراسة
155	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
155	مدخل
155	الدراسات العربية
156	الدراسات الأجنبية
160	حدود الاستفادة من الدراسات السابقة
162	المبحث الرابع: نتائج الدراسة
183	المبحث الخامس: مناقشة نتائج الدراسة

الفصل السادس

التوصيات

201	التوصيات
-----	----------

المراجع

205	قائمة المراجع العربية
215	قائمة الدراسات العربية
217	قائمة المراجع الأجنبية ..
219	قائمة الدراسات الأجنبية
223	الملحقات

المقدمة

(الفيس بوك). هذا الطوفان الحامح الذي اجتاح العالم بنعومة فاقت رقة الحرير، وسرعة سبقت الضوء، وقوة قهرت الفولاذ، وحمل على أكتافه كل تناقص سمعنا أم لم نسمع به، ولم يثقله حملة، فصنع تناقصات جديدة شغل العالم بها حتى كاد أن يشله.

ذلك أن عصرنا الحاضر يشهد من التطورات الديناميكية المتسارعة والمتتالية في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ما يحتم علينا إن لم نقل بدور المتلقين فقط، أن نقوم بدراسة الطواهر المستجدة بما يتلاءم وخصوصيات مجتمعاتنا، بعيدا عن بهجتنا الذي تعودناه من إغماس الأعين عن السلبيات وعدم النظر إليها، فلم يعد أمامنا أن نصدق محمدا أن ما لا نراه هو غير موجود، فلنواجه واقعنا موضوعية وحدية.. نضع أيدينا على السلبيات والإيجابيات.. ندرس الظواهر ونحللها.. نعالج السليبي وندعم الإيجابي.

ولعل من أبرر الطواهر التي نعيشها الآن؛ إقبال الشباب على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، وقصاؤهم أوقاتا طويلة نسبيا أمام شاشات الكمبيوتر وهم يتصفحون هذا الموقع تحديدا، الأمر الذي يجعل منها ظاهرة بحاجة للدراسة والتمحيص، فقد أصبح الشاب يلحظ غياب مشاركة صديق له في الجهة الأخرى من العالم عن الموقع، ولا يلحظ غياب أحيه في البيت.

كما أصبح من الجلي في عصرنا الحاضر أن الأسرة تأثرت وواجهت تحديات حسيمة أدت إلى تغيير مهامها ووظائفها والعلاقات بين أفرادها، نتيجة للعديد من العوامل والمؤثرات التي تتعرض لها مجتمعاتنا، ومن أهمها: التقدم التكنولوجي والصناعي، وسرعة الاتصالات والتفجر المعرفي، وظهور أنماط جديدة من القيم والاتجاهات والمبادئ في المجالات الاقتصادية والاجتماعية، وما تبعها... كل ذلك ساهم بشكل أو بآخر في اضطراب الحياة الأسرية، مما نتج عنه مشكلات نفسية وأسرية، انعكست على المجتمع عامة. (السفاسفة، 2003، ص42).

فهناك خشية حقيقية من أن تتراجع قيم الإنتماء والولاء لدى الشباب فيفرغ مفهوم الهوية من أركانه الرئيسية؛ الدين، اللغة، القيم، التراث، التاريخ، وحيث ينعاني المجتمع من فتور وتلاشي أواصر المحبة بين أعضائه، ويتراجع التماسك الاجتماعي، وتبدد القيم الحافزة على النهوض الثقافي والاجتماعي، والخوف أن هذه الأعراض بدأت تتفشى بين الشباب (العتيبي والضيع وإبراهيم، 2009، ص9).

وبالنظر إلى شح الدراسات العربية العلمية المعنية بتأثير وسائل الإعلام - بشكل عام- ووسائل الإعلام الجديد على وجه الخصوص، وموقع (الفيس بوك) تحديداً، نجد المهتمين بهذا المجال يعتمدون في تحليلاتهم وقياساتهم على الدراسات الأجنبية التي لا ننكر أنها ترخر بمعلومات غنية وقيمة في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام، لكن المنطق والواقع يشيران إلى أنه لا يجوز الاعتداد كلياً فيها مهما بلغت جودتها ودقتها العلمية، خصوصاً في مجال تعميم جميع نتائجها على مجتمعنا العربي الذي يحمل من الخصوصية ما يحول دون ذلك التعميم، خصوصاً وأن هالك مؤشرات تدل على بعض التباين في التعامل مع (الفيس بوك) في مجتمعاتنا العربية قياساً بالغرب.

على سبيل المثال وجد أن النسبة الأكبر لمستخدمي (الفيس بوك) في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هي من الذكور، الأمر الذي يتناقض مع الأرقام الدولية، فهناك 37٪ فقط من المستخدمين النساء لموقع (فيس بوك) في الشرق الأوسط مقارنة مع نسبة تصل لحد 56٪ في الولايات المتحدة الأمريكية ونسبة 52٪ في المملكة المتحدة (البوابة العربية للأخبار التقنية، 2010/5/24).

وإطلاقاً من ذلك فقد تم استشعار حاجة المجتمع العربي إلى وجود دراسات في هذا المجال، بحيث تظهر نتائجها الواقع المحلي الذي تعيشه هذه المجتمعات، للخروج بنتائج وتوصيات مناسبة تفي بالمتطلبات الحقيقية للمجتمع العربي.

من هنا فقد انصب اهتمام هذا الكتاب على البحث في مشاركة الشباب بموقع (الفيس بوك) وعلاقته باتجاهاتهم نحو علاقاتهم الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته تعتبر من أهم المؤشرات على طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، ولكون الأسرة أحد أهم الركائز الأساسية لتوارث الذاتية الثقافية للشعوب واستمرارها.

حيث يؤمل لهذا الكتاب أن يصيف للمكتبة العربية معلومات جديدة حول موقع (الفيس بوك) الاجتماعي، وتأثيره على علاقة الشاب في أسرهم، ويقدم فائدة في معرفة بعض الحقائق لمن يطلع عليها من صنّاع القرار الإعلامي في بلادنا العربية.

الفصل الأول

الإنترنت والمواقع الاجتماعية

مقدمة

المبحث الأول: الإنترنت

المبحث الثاني: المواقع الاجتماعية

1

الفصل الأول

الإنترنت والمواقع الاجتماعية

مقدمة

يشهد عالمنا اليوم تطورا هائلا في مجالي المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، الأمر الذي مكن التكنولوجيا من تمهيد الطريق وإسقاط الحواجز والحدود الجغرافية أمام ثورة هائلة من المعلومات المتمثلة بانفجار معرفي لم تشهد له البشرية مثيلا، فأصبحت السيادة الأقوى لمن يمتلك هذه المجالات، بحيث يمكنه السيطرة والسيادة بما لديه من فكر وكوادر بشرية واعية وقادرة، وأيضا بما يملكه من إمكانيات وتقنيات حديثة، وبهذا تبوأ ثورتا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات الصدارة من حيث الأهمية في مجال المسجرات الحصارية التي توصل إليها الإنسان في عصرنا لتعتبر واحدة من أهم المحطات والبقلات الوعية التي حققها الإنسان على مر العصور في مجال التطور البشري.

حيث يصف أحمد فضل شبلول عضو اتحاد كتاب الإنترنت العرب ما نعيشه الآن بأنه لحظات فارقة بين عصرين من عصور الشر، هما النشر الورقي والنشر الإلكتروني، ويشبه هذه اللحظات باللحظات الفارقة التي عاشتها البشرية من قبل، عندما اخترع جوتنبرج المطبعة في العام 1456م (نقلا عن منصور ويوسف، 2011، ص18).

وبالطبع كان يمكن لهذا الإنجاز أن يكون أداة تستمتع بشمارها البشرية وتستخدمها لزيادة قدراتها المعرفية والإبداعية، لكن الواقع لم يأت بهذه

الإشراق المتطرة، حيث شابه الكثير من السلبيات التي تكاد تغرق أغلبية البشر في مخاطرها، حيث أصبح باديا للعيان أن هذه التكنولوجيا تقود البشرية -في كثير من الأحيان- إلى ثقافة أحادية صيقة يتم من خلالها فرض نمط واحد من التفكير، ولغة واحدة على الشر وتقليل التنوع في الفكر الإنساني، الأمر الذي يحمل بظياته الكثير من الأخطار على البشرية (صالح، 2005، ص 21-25).

وضمن السياق ذاته يبين مكي أنه: "لا يحوز إغفال خطورة الحقيقة المتمثلة في محاولات وسائل الإعلام للتأثير على تشكيل وتغيير الاتجاهات، فوسائل الإعلام القدرة على تغيير الاتجاهات غير المرغوبة تجاه أحداث معينة، وتثبيت تلك المرغوبة" (مكي، 2005، ص 121).

وجاء الإنترنت ليتربع على رأس نواتج تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، نظرا لما يقدمه من خدمات متعددة وشاملة لمختلف الشرائح والأوساط، حيث أن استخدام الإنترنت لم يعد أمرا اختياريا في المحمل، بل أصبح واقعا فرضه التطور الذي يشهده النظام العالمي الجديد وحتمية أقرتها العولمة.

ولم يعد أمام أحد من مجال الإنكار أن الإنترنت غير من سلوك وحياة الأفراد والجماعات وعلى أكثر من صعيد، ذلك أن الفضاء متعدد الخدمات الذي يتيح الإنترنت أضحى مصدرا للمعلومات بدون منازع، على الأقل من ناحية كم المعلومات المتداولة والتسهيلات الخاصة بإسترجاعها (الداخلي، 2009، ص 48).

المبحث الأول

الإنترنت

تعريفه - أهميته - خصائصه - انتشاره

تعريف الإنترنت

عرف الكتاب الصادر عن برنامج التسمية للأمم المتحدة عام 1994 الإنترنت على أنه شبكة اتصالات دولية، تتألف من مجموعة من شبكات الحواسيب (United Nations، 1994).

فهو نظام ووسيلة اتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم بروتوكولات موحدة، حيث يربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية والحكومية ومؤسسات الأعمال، ويتباين في نطاقه ما بين المحلي والعالمي، ويتصل بتقنيات مختلفة، من الأسلاك النحاسية والألياف البصرية والوصلات اللاسلكية، كما تتباين تلك الشبكات في بنيتها الداخلية تقنيا وإداريا، إذ تدار كل منها بمعزل عن الأخرى لامركزيا ولا تعتمد أيا منها في تشغيلها على الأخريات.

ولا بد لها من الإشارة إلى أن الإنترنت لا يخضع لأي دولة أو جهة معينة، فتظيمه لا يتم عن طريق إصدار قوانين حكومات أو دول، وإنما تعمل شبكة الإنترنت وفقا لمجموعة من القواعد المتفق عليها والمعروفة باسم البروتوكولات (الداخلي، 2009، ص 50).

نشأة الإنترنت

في عام 1950 وأثناء ما أطلق عليه (الحرب الباردة) بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي ساور القلق وزارة الدفاع الأمريكية من قيام حروب نووية تقضي على نظام الاتصالات المحرك لكل الأعمال، الأمر الذي

طرح سؤالاً عن كيفية ضمان واستمرار الاتصال في حال قيام هذه الحرب، وكانت الإجابة تكوين شبكة اتصالات لا مركزية إذا دمرت أحدها فإنها تستمر في العمل وهذه الشبكة هي الإنترنت.

وبهذا تكون شبكة الإنترنت قد تأسست في الولايات المتحدة الأمريكية لأغراض عسكرية في بداية ستينيات القرن الماضي كمشروع خاص بوزارة الدفاع الأمريكية باسم (أربانت)، حدث هذا حين قام مهندسو جامعة كاليفورنيا بمدينة لوس أنجلوس الأمريكية ومركز ستانفورد للبحوث في يوم 29 تشرين أول من عام 1969 بإرسال أول معلومات بينهما، وقد أطلق على الشبكة هذا الاسم (أربانت) لأن مركز البحوث المتقدمة (Advanced Research Projects Agency) التابع لوزارة الدفاع الأمريكية "أربا" هو الذي أطلق هذا المشروع، فكانت هذه التسمية تعني شبكة أربا، ويشار إلى أن إنشاء هذا المركز "أربا" كان قد جاء كرد على إطلاق الاتحاد السوفيتي أول قمر صناعي (Sputnik).

ويمكن تقسيم مراحل تطور الإنترنت إلى أربعة مراحل أساسية هي:

المرحلة الأولى (مرحلة الأهداف العسكرية): بدأت عام 1961 حين تم إنشاء مجموعة شبكات متداخلة لربط الوحدات العسكرية وصمان استمرارية الاتصال بينها بأكثر من طريقة، فكانت شبكة الإنترنت آنذاك ذات أهداف عسكرية.

المرحلة الثانية (مرحلة الأهداف العلمية): في العام 1972 تم ربط الجامعات والمراكز البحثية بمجموعة شبكات متداخلة فيما بينها. بعد أن تحلت وزارة الدفاع الأمريكية عن احتكار الشبكة لصالح الجامعات. وأصبحت ذات هدف علمي.

المرحلة الثالثة (مرحلة الأهداف التجارية): في عام 1984 بدأت الشركات التجارية في استخدام الشبكة بهدف تقديم الخدمات وعرض السلع التجارية والدعاية والإعلان، بحيث تحول الهدف من توسعة هذه الشبكة على نطاق عالمي إلى هدف تجاري.

المرحلة الرابعة (مرحلة الأهداف المتعددة): بدأت هذه المرحلة عام 1992 حين تم اعتماد الشبكة العالمية الإنترنت من قبل معظم دول العالم كوسيلة مثلى لبناء مراكز المعلومات وربط شبكات الحاسوب واعتمادها وسيلة لبناء الحكومات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية العالمية بحيث تحول الإنترنت إلى شبكة عالمية هي الأضخم وذات أهداف وعايات متعددة.

وقد استخدم مصطلح الانترنت أول مرة عام 1983 فالانترنت (Internet) في اللغة الانكليزية "عبارة مشتقة من (International Network) أي الشبكة العالمية، وتعني لغوياً الترابط بين الشبكات".

اهم الأحداث في مسيرة الإنترنت

لقد مر هذا الاختراع صاحب الأثر الكبير على البشرية بعدد من الأحداث حتى وصل إلى ما وصل إليه الآن، الجدول رقم (1) يبين أهم هذه الأحداث:

السنة	الحدث
1957	تم تأسيس مركز البحوث المتقدمة في وزارة الدفاع الأمريكية (ARPA)، وكانت مهمته الأولى هي الاهتمام بتطوير العلوم خلال فترة الحرب الباردة
1962	اقترح بول باران (Poul Baran) وهو باحث أمريكي يعمل في شركة (RAND) الحكومية، نظاماً لربط الحواسيب مع بعضها في الولايات المتحدة كافة، من خلال شبكة لا مركزية إذا دمر بعضها، فإنها تستمر في اتصالاتها.
1968	وافقت وزارة الدفاع الأمريكية على دعم هذا الاقتراح من خلال وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة أربا (ARBA)، حيث قدمت هذه الوكالة التسهيلات للباحثين، لتطوير العلم، ولتشجيع من خلال تطبيق أفكارهم على الحواسيب بدلاً من النقاشات النظرية.
1969	أسست وكالة (ARBA) شبكة أربانيت (ARPANET)، ووصفت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة "أربانيت" في مواقع أربع جامعات أمريكية هي جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس، ومعهد أبحاث ستانفورد، وجامعة كاليفورنيا في ساساباريار، وجامعة أوتا.

السنة	الحديث
1972	ظهر البريد الإلكتروني (E-mail) والذي طوره راي توملينسون (Ray Tomlinson) وظهر كذلك أول عرض عام لشبكة أربانيت في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يتصل.
1973	إضافة البرويج وإنجلترا إلى الشبكة.
1974	الإعلان عن تعاضيل بروتوكول التحكم بالنقل.
1977	أصبحت شركات الكمبيوتر تتدع مواقع خاصة بها على الإنترنت
1979	ظهر البيوريت (Usenet) وهو إحدى وسائل الإنترنت المتخصصة بالأخبار، ويضم مجموعات الأخبار (News Groups)
1982	ظهور البروتوكول TCP/IP
1983	تم تقسيم (ARPANET) إلى حرتان (ARPANET) بفرص الاستخدامات المدنية و MILNET للاستخدامات العسكرية.
1983	أصبح البروتوكول TCP/IP معيارياً لشبكة أربانيت
1984	أحدثت مؤسسة العلوم الأمريكية NSF على عاتقها مسئولية أربانيت، قدمت نظام إعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر الموصولة بالشبكة وأسمته Domain Name System (DNS)
1985	أول شركة كمبيوتر تسجل ملكية "إنترنت" خاصة بها.
1986	أشنت شبكة مؤسسة العلوم الوطنية شبكتها الأسرع (NSFNET) وهي اختصار إلى (National Science Foundation Net Work) - ظهر بروتوكول نقل الأخبار الشبكية Network News Transfer Protocol - جعلت أندية النقاش التفاعلي المباشر أمراً ممكناً. - تست إحدى شركات الكمبيوتر أول جدار حماية لشبكة الإنترنت واستحوذت هذه الشبكة على دور (ARPANET) لتصبح البنية التحتية للإنترنت، وهي شبكة حكومية تربط المؤسسات التعليمية.
1989	تم إنشاء الشبكة العنكبوتية العالمية www وهو اختصار لعبارة (World Wide Web)
1990	توقفت أربانيت (ARPANET) عن العمل وحلت محلها الإنترنت.
1991	قدمت جامعة ميسيسونا الأمريكية برنامج "غوهر" Gopher وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الحاملة في الشبكة إضافة إلى ظهور أنظمة البحث مثل وايس (WAIS)
1992	مؤسسه الأبحاث الميزانية العالمية CERN هي سويسرا، تقدم شيمرة النص المترابط Hypertext المبدأ البرمجي الذي أدى إلى تطوير الشبكة العالمية www

السنة	الحديث
1993	تم إصدار أول برنامج مستعرض شبكة "موراينيك" MOSAIC، وهو برنامج يستخدم للتصفح في صفحات www الوب ثم تبعه آخرون مثل برنامج "نيميكيب" وبرنامج "مايكروسوفت".
1995	- اتصل بشبكة الإنترنت ستة ملايين جهاز خادم 50.000 شبكة - أطلقت إحدى شركات الكمبيوتر برنامج البحث هي الشبكة العالمية.
1996	- أصبحت كلمتي "إنترنت" و"وب" كلمات متداولة عبر العالم. - وأصبح هناك عدد من مزودي خدمة الإنترنت يقدمون خدماتهم. - ظهرت برامج تجول متاحة في الأسواق مثل نت سكيب (Net Scape) وكشاف الشبكة (Internet Explorer)
1997	ظهور الجيل المفصل للإنترنت (Next Generation Internet (NGI، بهدف مضاعفة سرعة الإنترنت حوالي 1000 مرة، وعمل في هذا المشروع كل من وكالة ناسا (NASA) ودارما (DARPA) ومؤسسة (NSF) إضافة إلى وزارة الطاقة الأمريكية Department of Energy.
1999	ظهر الجيل الثاني من الويب (Internet 2)، الهدف منه تسريع وشر تطبيقات وخدمات الإنترنت.
2003	تم استخدام ويب 2.0، وهو ببساطة (تطبيقات معتمدة على الشبكة العالمية) تحمل عددا من الخصائص التي تميزها عن ويب 1.0.

أهمية الإنترنت

لقد اعتبر علماء الإعلام والاجتماع اختراع الإنترنت بأنه قفزة نوعية، وطفرة تاريخية في مجال وسائل الاتصال، تصل أهميتها عند البعض إلى حد مقارنتها بالقمرية التي أحدثها اختراع الطباعة، ويستندون بذلك إلى التأثيرات التي أحدثتها في بنية المجتمعات الإنسانية من جانب، وتأسيسه لنظام معلوماتي عالمي جديد يساهم في حفظ المعلومات، وصناعتها، وإستدعائها من جانب آخر، فأصبح للإنترنت اليوم أثارا اجتماعية وثقافية واقتصادية وسياسية تكاد تشمل كل نقاع العالم، مما أدى إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم والتجارة وبرز شكل أحر لمجتمع المعلومات (الدليمي، 2010، ص 2-3).

أهم خصائص ومميزات الإنترنت:

يعد الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين، حيث استطاع بما يمتلكه من خصائص وسمات اتصالية وتقنية متميزة، أن يقلب المفاهيم المكابية والرمابية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم، فأتاح لمستخدميه الاختيار بحرية لما يريدونه من خدمات إتصالية تتلائم وحاجاتهم، ووضع بين أيديهم ثروة معلوماتية واتصالية لم تشهد لها البشرية مثيلاً من قبله.

ويمكن أيجاز أهم الخصائص التي ميزت الإنترنت بما يلي.

1. التفاعلية:

يقصد بالإعلام التفاعلي: مجموعه من الخصائص أو الوسائط أو الخدمات المُنحقة بأي وسيلة إعلامية مطبوعة أو مرئية أو الكترونية تتيح للجمهور أن يتفاعل معها عبر المشاركة بابداء رأيه.

ولا يعتبر تفاعل الجمهور أمراً جديداً على الإعلام، فقد كان موجوداً في صفحات القراء في الصحف والمطبوعات، ومشاركات الجمهور في البرامج التلفزيونية والإذاعية، ومداخلات الحضور في قاعات المحاضرات والندوات وغيرها. لكن ما عيّر الإنترنت تحديداً هو أنه نجح بتقديم شكل جديد من أشكال التواصل البشري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة، فيسر سبل التفاعل ونقل الملفات وتبادل الرسائل بين الأفراد والمجموعات من مختلف دول العالم، وتحول بذلك الجمهور من مجرد مستهلك للمادة الإعلامية إلى شريك نشط في صناعة هذه المادة.

وبهذا فلم يعد "رجع الصدى" أمراً عصياً على القياس كشأنه في باقي وسائل الاتصال الجماهيري، وسمح لمستخدمه بالتحكم في عملية عرض ما يريده، وتحديد ما الذي يستعرضه ومتى يستعرضه (نصر، 2003، ص 55). فحتى الأخبار الصحفية التي يقدمها صحفيون محترفون - والتي كانت فرص التفاعل

فيها شبه معدومة - لم تعد مستثناة من خاصية التفاعلية، فقد بات متاحا أمام الجمهور أن يعلق على الخبر أو القصة الخبرية، وأن يضيفوا معلومات جديدة، وأن يقيموا المادة الإخبارية وينشروا آراءهم حولها (صالح، 2009، ص 243).

2. تعدد الوسائط:

إن تعدد الوسائط من الإمكانيات والمميزات الرئيسية في الإنترنت، وهي التي أتاحت توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة، والصوت والفيديو بأساليب مدمجة ومتكاملة.

ذلك أن الاستخدام السليم لهذه الإمكانيات في استخدام الوسائط المتعددة التي يوفرها الإنترنت يحقق فائدة عظيمة، لأنه يساعد على تقديم محتوى مميز ومؤثر ليتلائم مع احتياجات واهتمامات مستخدمي الإنترنت، كما يكتسب استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل الصور المتحركة، والثابتة، والأصوات، والمؤثرات السمعية والبصرية خاصية ترتبط بدور العناصر المرئية في تسهيل متطلبات العرض للوسائل المختلفة، حيث تسهم الصورة والألوان في تقليل الجهود التي يتعين أن يبذلها المستخدم لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال، كما تسهم الأصوات التي تستخدم في عرض المضامين السمعية المختلفة سواء كانت أحداثا، أو كلمات، أو أعمال موسيقية، أو تمثيلية في دعم هذه المضامين من خلال إضافة بعض الأبعاد التأثيرية الجديدة.

ولا يقتصر الأمر على هذا الحد، بل إن المضامين المطروحة قابلة للتجديد، والتطوير، والابتكار، وتوليد الأفكار.

ومن خلال هذه الإمكانيات أصبح متاحا تقديم النص والصوت والصورة والفيديو، والخدمات الإذاعية والتلفزيونية وصولا للبث الفضائي الحي، إضافة لتقديم التقنيات الجديدة للإعلام مثل التشات Chatting.

كما لا يمكن تجاوز الإمكانية أمام المستقبل لاستقبال هذه العناصر الخاصة بالموضوع إما على شاشات عديدة أو على شاشة واحدة منقسمة إلى أجزاء عديدة.

وبهذا فإن كل ما كان متفرقا في وسائط متعددة، صار مشتركا وموحدا في وسيط وحيد متداول ومتاح في الإنترنت.

3. التغطية الإخبارية:

وهناك جانب آخر استطاع الإنترنت أن يتفوق من خلاله على باقي وسائل الإعلام؛ إنه التغطية الإخبارية؛ فطبيعة الإنترنت تتيح مميزات قد يصعب إدراكها في وسائل الإعلام الأخرى، ولعل أهم المميزات ما يلي:

1 - الآنية: مكن الإنترنت بكل سهولة ويسر بشر أي مضمون خبري حال وقوعه، أو حتى نقله أثناء وقوعه، أو بعد وقوعه بقليل، الأمر الذي أثر على شكل الوظيفة الإخبارية في باقي وسائل الإعلام، ووضعها أمام تحد ومافسة من نوع جديد، الوضع الذي فرض عليها أن تبحث عن وسائل وأساليب جديدة وتبتكر طرقا مختلفة ومميزة في تقديم أخبارها حتى تحافظ على وظيفتها الإخبارية.

ب - سعة التغطية الإخبارية. استطاع الإنترنت بهذا الجانب أن يتفوق حتى على الفضائيات الإخبارية المتخصصة، ذلك أن نقل الفضائيات الآني يبقى محدودا لإرتباطه بتواجد المندوب الإخباري وفريق عمله في موقع الحدث، بينما يمكن لأي شخص عادي أن يقوم بنقل الحدث الذي يعايشه على الإنترنت بكل يسر.

ج - سعة العرض. لم يعد الجمهور أسيرا لوجهات نظر وتوجهات رئيس التحرير أو القائمين على الصحيفة أو النشرة الإخبارية، فقد أصبح بإمكان متصفح الإنترنت أن يتطلع على الخبر من وجهات نظر متعددة نظرا لإتاحة الشر للجميع، ولإمكانية وصوله إلى كل الخدمات الإخبارية عبر العالم

حيث غلدى عرض الأخبار على الإنترنت أشنة ما يكون في ساوراما واسعة لا نهاية لها.

وبالتالي فإن الإنترنت قدم خدمات جليلة للتغطية الإخبارية، فقد أوضح استطلاع أجراه مركز بيو للأبحاث أن الإنترنت غير عادات استقبال الأخبار وقراءتها، وأن الكثير من المتعلمين أصبحوا يتلقون الأخبار عن طريق الإنترنت بدلا من وسائل الإعلام الأخرى التقليدية (نقلا عن صالح، 2009، ص 238).

4. التحرر من الرقابة والتحكم:

إنطلاقا من الكم الهائل والمتزايد باستمرار من المواد المتاحة على الإنترنت، وبطرا لقدرته على عبور الحدود الجغرافية والوصول الى جميع انحاء العالم، ولإمكانية إخفاء الشخصية الحقيقية للمرسل، فقد تناقصت قدرات الدول على الرقابة والتحكم في تدفق المعلومات إلى جماهيرها، في الوقت الذي لا تزال فيه أغلب وسائل الإعلام التقليدي حبيسة أماكن صدورها أو مجتمعاتها.

فقد أصبحت الرقابة على وسائل الإعلام حروحا عن إطار الزمن، وما لا تسمح الحكومات بنشرة وإداعته، يتم نشره على الإنترنت، وبهذا لا يعود أمام هذه الحكومات إلا أن تتراجع عن نطاق سيطرتها على باقي وسائل الإعلام، لأن سيطرتها أصبحت لا تتحج في حجبتها أو تحكمها في المعلومة، طالما أن هالك مجال خارج السيطرة سيقوم بنشرها، بل إن سياسة الإخفاء والحجب أصبحت تشكل لها إحراجا من نوع جديد، فإضافة لتسرب المعلومات التي لا تريدها، تسهل عليها الانتقادات لمحاولتها الإخفاء أو التحريف، وبهذا فيمكن القول عن الإنترنت بأنه مثلما نافس وسائل الاعلام التقليدية ووضعها أمام تحد صعب، فإنه قدم لها - وخصوصا في الأنظمة الشمولية - مزيداً من الحرية

وإذا حاولنا قراءة الواقع العربي في هذا الإطار، يمكن ملاحظة أن الإنترنت نجح في اختراق التضييق الشديد على الحريات واستطاع أن يتجاوز الرقابة، وأن يصع الحقائق أمام القراء، كما وربط بين أبناء الدول العربية في

مختلف المهاجر، وأتاح المجال أمام الجميع لتداول القضايا الوطنية، ومناقشتها، بل معايشة ما يحدث في أرض الوطن لحظة بلحظة.

5. توفير قاعدة هائلة من المعلومات:

لقد تفوق الإنترنت بجدارة في جانب إعطاء المتصفح مادة أرشيفية هائلة، يمكن الرجوع إليها بكل سهولة ويسر، وبما لا يمكن إتاحتها في وسيلة إعلامية أخرى، هذا بالإضافة إلى نشر محتوى الصحف المطبوعة على صفحاته، وبث المواضيع الإذاعية على مواقعه، وعرض البرامج التلفزيونية من خلاله (اللبان وعبد المقصود، 2008، ص 259-269).

6. سعة الانتشار:

ولقد أدت المميزات والخصائص المذكورة وغيرها إلى سرعة انتشاره، وزيادة مستخدميه بصورة تفوق أعداد مستخدمي أية وسيلة إعلامية أخرى، فقد احتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم، في حين أن تقنية الهاتف وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة، واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها (المهداوي، 2007، ص 27).

ولعل الأمر الأكثر تميزاً، والذي انفرد به الإنترنت بين وسائل الإعلام الأخرى في مجال سعة انتشاره وزيادة عدد مستخدميها، تلك العلاقة الطردية بين عدد المستخدمين، وتوسعه وغناه بالمعلومات، فكلما زاد عدد المستخدمين، زاد مخزونه المعلوماتي بالنظر إلى ما يصيغه المستخدمون من معلومات، فهو الوسيلة الإعلامية الوحيدة تقريبا التي تنمو بنيتها الداخلية بزيادة عدد جمهوره.

إن سرعة وحجم انتشار الإنترنت في العالم، وقدرته على اختصار المسافات وتجاوز الحدود الزمانية والمكانية واختراق القارات والدول دون رقابة أوموانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، جعل فكرة - ماكلوهان - في أن العالم أصبح - قرية صغيرة - بفعل تكنولوجيا الإعلام

والاتصال الحديثة، لم تعد كافية لتوصيف الواقع الاجتماعي، لأن العالم أصبح بمثابة عمارة ضخمة على حد تعبير "ريتشارد بلاك"، بل يذهب آخرون إلى اختزال العالم بأكمله في شاشة؛ قد تكون شاشة كمبيوتر أو هاتف نقال (البريدي، 2010، ص 19).

كل تلك المميزات وغيرها استطاع الإنترنت تقديمها بتكاليف مالية وإدارية ومكانية منخفضة نسبياً (الدليمي، 2010، ص 27-38).

وكنتيجة منطقية للحصائص التي يحملها الإنترنت، والانتشار الواسع له، فإن عدد من المختصين باتوا يرون فيه تحد كبير وتهديد خطير على باقي وسائل الإعلام، وخصوصاً على الصحافة اليومية المطبوعة، بسبب تميز مواقعها بسرعة نقل الأخبار عموماً، والأخبار المحلية خصوصاً، إضافة لطرحه قصايا وموضوعات حساسة لا تجرؤ معظم الصحف الورقية في مجتمعاتنا على نشرها خوفاً من الرقابة (المشيحي، 2008، ص 481).

انتشار الإنترنت في الدول العربية:

طبقاً لإحصائيات قدمها موقع (Internet World Stats) يلاحظ أن الدول الخليجية تحتل المراتب الأولى في نسب استخدام الإنترنت، حيث تصدر البحرين جميع الدول العربية في نسبة مستخدمي الإنترنت فيها، حيث بلغت نسبة المستخدمين 88٪ من عدد السكان، وتحتل السعودية المرتبة السادسة بين الدول العربية، والمرتبة الأخيرة بين دول الخليج العربي 38.1٪، يليها في المرتبة السابعة تونس لتحتل صدارة دول المغرب العربي 34٪، أما الأردن فتصدر دول بلاد الشام، وتحتل المرتبة التاسعة بين الدول العربية 27.2٪ وتحتل مصر المرتبة الحادية عشرة 21.2٪، أما الصومال فتحتل المرتبة الأخيرة بين الدول العربية 1٪، وبهذا تبلغ نسبة مستخدمي الإنترنت في الوطن العربي 19.5٪ من مجمل عدد سكانه (Internet World Stats)، والجدول رقم (1) يوضح بالتفصيل انتشار الإنترنت في جميع الدول العربية.

جدول رقم (2)
اعداد المشتركين في الإنترنت ونسبتهم المئوية بالنسبة لعدد السكان في الدول العربية^(*)
مرتبة من النصب الأكبر إلى الأصغر

اسم الدولة	الرمز	المساحة كم مربع	عدد السكان	عدد مستخدمي الإنترنت	نسبة مستخدمي الإنترنت	تاريخ المعلومات
1 البحرين	BH	694	738,004	649,300	%88.0	June/2010
2 الامارات العربية	AE	77,700	4,975,593	3,777,900	%75.9	June/2010
3 قطر	QA	11,521	840,926	512,080	%60.9	Dec/2010
4 عمان	OM	309,500	2,967,717	1,236,700	%41.7	June/2010
5 الكويت	KW	17,818	2,789,132	1,100,000	%39.4	June/2010
6 السعودية	SA	2,149,690	25,731,776	9,800,000	%38.1	June/2010
7 تونس	TN	163,610	10,589,025	3,600,000	%34.0	Mar/2010
8 المغرب	MA	6,600,000	31,627,428	10,442,500	%33.0	Dec/2009
9 الأردن	JO	89,342	6,407,085	1,741,900	%27.2	June/2010
10 لبنان	LB	10,452	4,125,247	1,000,000	%24.2	June/2010
11 مصر	EG	1,001,450	80,471,869	17,060,000	%21.2	Feb/2010
12 فلسطين المحتلة	PS	6,242	2,514,845	509,960	%20.3	Dec/2010
13 سوريا	SY	185,180	22,198,110	3,935,000	%17.7	June/2010
14 الجزائر	DZ	2,381,741	34,586,184	4,700,000	%13.6	June/2010
15 السودان	SD	2,505,810	41,980,182	4,200,000	%10.0	Sept/2009
16 اليمن	YE	528,076	23,495,361	2,349,000	%10.0	Dec/2010
17 ليبيا	LY	1,777,060	6,461,454	353,900	%5.5	June/2010
18 جيبوتي	DJ	23,200	740,528	25,900	%3.5	June/2010
19 جزر القمر	KM	1,862	773,407	24,300	%3.1	June/2010
20 موريسيا	MR	1,035,000	3,205,060	75,000	%2.3	June/2010
21 العراق	IQ	434,128	29,671,605	562,400	%1.9	Dec/2010
22 الصومال	SO	637,657	10,112,453	106,000	%1.0	June/2010
المجموع	BH	19947733	347,002,99	67,761,840	%19.5	

(*) تمت الاستعانة بموقع Internet World Stats

أكثر مواقع الإنترنت شعبية في الدول العربية:

طبقاً لإحصائيات قدمها موقع (aiexa) يلاحظ أنه إذا استثنينا الدول الخليجية وسوريا واليمن فإن الموقع الأكثر استخداماً في الدول العربية هو موقع (الفيس بوك)، في حين أن موقع جوجل هو الموقع الأكثر استخداماً في جميع دول الخليج العربي وسوريا واليمن، كما يلاحظ أن ثالث أكثر المواقع استخداماً في الدول العربية هو موقع اليوتيوب، حيث جاء إما في المرتبة الثانية أو الثالثة في جميع الدول العربية، باستثناء دولة الإمارات العربية المتحدة وسوريا ولبنان، حيث لم يدرج هذا الموقع ضمن أكثر ثلاثة مواقع استخداماً في كل منها.

جدول رقم (3)

أكثر ثلاثة مواقع شعبية في الدول العربية خلال شهر أيلول 2011^(*)

اسم الدولة	المواقع الأكثر استخداماً	ثاني أكثر المواقع استخداماً	ثالث أكثر المواقع استخداماً
الأردن	فيس بوك (Facebook)	جوجل الأردن	يوتيوب (YouTube)
الإمارات العربية	جوجل عالمي	فيس بوك (Facebook)	ياهو (Yahoo)
لبنان	جوجل لبنان	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)
تونس	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)	يوتيوب (YouTube)
البحرين	فيس بوك (Facebook)	جوجل تونس	يوتيوب (YouTube)
السعودية	جوجل السعودية	جوجل عالمي	فيس بوك (Facebook)
السودان	فيس بوك (Facebook)	جوجل السعودية	يوتيوب (YouTube)
سوريا	جوجل عالمي	جوجل عالمي	ويندوز لايف (Windows Live)
البحرين	فيس بوك (Facebook)	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)
عمان	جوجل العالمية	جوجل العراق	فيس بوك (Facebook)
فلسطين المحتلة	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)	يوتيوب (YouTube)
قطر	جوجل قطر	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)
الكويت	جوجل الكويت	يوتيوب (YouTube)	فيس بوك (Facebook)
لبنان	فيس بوك (Facebook)	جوجل العالمية	جوجل لبنان
ليبيا	فيس بوك (Facebook)	جوجل العالمية	يوتيوب (YouTube)
مصر	فيس بوك (Facebook)	جوجل مصر	يوتيوب (YouTube)
المغرب	فيس بوك (Facebook)	جوجل المغرب	يوتيوب (YouTube)
موريتانيا	فيس بوك (Facebook)	جوجل العالمية	يوتيوب (YouTube)
اليمن	جوجل عالمي	فيس بوك (Facebook)	يوتيوب (YouTube)

(*) تمت الاستعانة بموقع alexa

المبحث الثاني المواقع الاجتماعية

ماهيتها - نشأتها - أنواعها - خصائصها - انتشارها

ماهية المواقع الاجتماعية

تعتبر المواقع الاجتماعية؛ منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الإنترنت، تتيح للمشاركة فيها إنشاء موقع خاص فيه، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك (الشهري، 2008، ص 6)

وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الحيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ويب 2.0، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (الدراي، 2010).

وقد عرف حمادة المجتمعات الافتراضية على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجمع حقيقي (حمادة، 2001، ص 34).

أما زايد فيرى أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني (زايد، 2003، ص 61).

تصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الويب 0.2، لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال تلك الشبكات الاجتماعية وأهدافها، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومحصر في مجال معين، مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس.

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يتجمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... الخ، أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكثهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم (عادل وعبدالعال، 2009).

نشأة المواقع الاجتماعية

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل (كلاس ميتس Classmates.com) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع (سكس دجريز SixDegrees.com) عام 1997، حيث ركز الموقع الأخير على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة، يطلق عليها - الدرجات الست للاتصال - أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا يفصله عن الآخر أكثر من ست درجات (أو أشخاص)، ويمكن التوصل إلى أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الستة، فظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، إلا أن هذا النوع من

المواقع الالكترونية لم يلق رواجاً في ذلك الوقت على الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما هو موجود في المواقع الاجتماعية الحالية، فهي لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وبعد ذلك وخلال الفترة من 1999-2001 ظهرت مجموعة من المواقع الاجتماعية الأخرى التي كان لها نصيب من سبقها في عدم تحقيق النجاح، فلاقت ذات المصير وتوقفت (عبدالله، 2010، ص 123).

وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية العام 2002، حيث ظهر موقع (فريدر Friendster) الذي حقق نجاحاً دفع (جوجل) إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (سكاي روك skyrock) كمصنعة للتدوين، ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع (سكاي روك) تحقيق انتشار واسع ليصل في يناير 2008، إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقاً لعدد المشتركين (عبدالله، م.س، ص 123-124).

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع (ماي سبيس) الأميركي الشهير الذي تفوق على (جوجل) في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع (ماي سبيس) من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير (فيس بوك) والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع (ماي سبيس)، حتى قام (فيس بوك) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي (فيس بوك) بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، وبحج بالتفوق على منافسه اللدود (ماي سبيس) عام 2008 (Ellison and Boyd، 2008، ص 32).

أنواع المواقع الاجتماعية

وهناك الآلاف من المواقع الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، منها المواقع الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في مجتمعاتها، ومنها المواقع المتوسطة التي تخدم وحده جغرافية لمجتمع معين، وهناك بعض المواقع الضخمة التي تصل خدماتها لأرجاء العالم كافة، ومن هذه المواقع ما يستخدم واحده استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر قد يبدو أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية، ويمكن تقسيم المواقع الاجتماعية وفق ما يلي (wikipedia):

- نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة، مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع (فيس بوك) وماي سبيس وهاي فايف.
- نوع مرتبط بالعمل: وهو من أنواع المواقع الاجتماعية الهامة، وهي تربط أصدقاء العمل وأصحاب الأعمال والشركات بشكل احترافي، وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تحوي سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن عملوا معهم.
- مميزات إضافية: هناك بعض المواقع الاجتماعية توفر مميزات أخرى، مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت كاي (BrightKite).
- المواقع العربية: من أشهر المواقع الاجتماعية العربية موقع عربيز (3rbeze)، حيث تم إنشاؤه في فبراير 2009، وكان مخصصا للعرب في ألمانيا فقط، لكنه انتشر بسرعة بين الدول العربية، والجدير بالذكر أن هناك مواقع

اجتماعية عربية أخرى، لكن عددا كبيرا منها فقدت السيطرة على محتواها، فلا يوجد فيها رقابة على جودة العروض داخلها، كصور وملفات مخلة بالآداب العامة.

- المواقع الاجتماعية والأعمال: لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص، بل هناك شبكات تجمع رجال الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها، والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن (Linkedin)، الذي جمع أكثر من 20 مليون مشترك، وأكثر من 150 حرفة مختلفة.

خصائص المواقع الاجتماعية

تشارك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية، بينما تتميز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها، وأبرز الخصائص المتوفرة في هذه المواقع ما يلي:

- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية (Profile Page). ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، ومعرفة من هم أصدقاؤه، وما هي الصور الجديدة التي وضعها، إلى غير ذلك من النشاطات.
- الأصدقاء/العلاقات (Friends/Connections): وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" (Contact) على الشخص المضاف للقائمة.

- إرسال الرسائل : تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.
- ألبومات الصور Albums : تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.
- المجموعات (Groups) : تتيح كثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمضامين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له، وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.
- الصفحات (Pages) : ابتدع هذه الفكرة موقع (الفييس بوك)، واستخدمها تجارياً بطريقة فعالة، حيث يعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدّدونها من المستخدمين، ويقوم (الفييس بوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

أكثر المواقع الاجتماعية شعبية

جدول رقم (4)

أكثر عشر مواقع اجتماعية شعبية، تم حساب "عدد المتصفحين" بناءً على عدد المتصفحين خلال شهر تموز^(*) 2011

عدد المتصفحين	اسم الموقع
650,000,000	الفيس بوك Facebook
180,000,000	تويتر Twitter
100,000,000	لينكدين LinkedIn
80,500,000	ماي سبيس Myspace
60,000,000	ننج Ning
25,000,000	تاجد Tagged
15,500,000	اوركت Orkut
11,500,000	هاي فايف Hi5
7,450,000	ماي بير بوك Myyearbook
7,200,000	ميتب Meetup

المواقع الاجتماعية والويب 2.0

تعتبر الشبكة الاجتماعية Web2.0 هي التطور الطبيعي لشبكة الإنترنت، حيث أن شبكة الإنترنت في بادئ الأمر اعتمدت على العلاقات الفردية بين الفرد والشبكة من نقل ملفات وتراسل بيانات وغير ذلك، ولكن بتطور التكنولوجيا تطورت شبكة الإنترنت، بحيث أصبحت العلاقة ثنائية بمعنى يمكن لأكثر من فرد التعامل والتفاعل مع الشبكة من حيث نقل البيانات والصور والملفات وغير ذلك، وبالتالي خلق هذا التطور نوعاً من التفاعلية والمشاركة الاجتماعية الإلكترونية والتي مكنت من خلق حياة اجتماعية كاملة من خلال شبكة الإنترنت.

(*) (eBizMBA ، 2011/7/1)

ماهية الويب 2.0

يعتبر مصطلح Web 2.0 من أهم المصطلحات التي يطرحها قطاع المعلوماتية، وظهر هذا المصطلح بالتحديد في مؤتمر تطوير الويب في عام 2003 في مدينة سان فرانسيسكو، وأقيم بين شركتي Oreilly وشركة Media Live International وذكر هذا المصطلح لأول مرة على لسان نائب رئيس شركة "Reilly" وهو (Dale Dougherty Wing، 2006).

وكان الهدف من هذا المؤتمر هو وضع تصور جديد للشبكة، وتقسيم مواقع الإنترنت إلى مواقع ويب 1.0 ومواقع ويب 2.0 على أساس الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيات التي تقدمها مواقع الإنترنت، وبهذا يتضح بأن الويب 2.0 هي عبارة عن مجموعة من الخدمات التي تقدمها المواقع، وليست تقنية واحدة أو خدمة واحدة، وبالفعل قام المشاركون في المؤتمر بتقسيم المواقع ووضع نماذج لمواقع الويب 1.0، ونماذج لمواقع الويب 2.0، كما تم وضع معايير لتحديد ما إذا كان الموقع هو من مواقع الويب 1.0، أو مواقع الويب 2.0، كما تم وضع الفروق بين مواقع الويب 1.0 و مواقع الويب 2.0، وكان هذا هو الهدف من المؤتمر، وبعد الانتهاء من هذا المؤتمر أخذ هذا المصطلح في الراج و التنقل بين مستخدمي الإنترنت ولكن بطريقة غامضة، ولم يكن له أطر محددة، ذلك أن المؤتمر لم يستطع تقديم تعريف محدد عن الويب 2.0 وخدماتها وتطبيقاتها، وإلى الآن لم يأخذ هذا المصطلح شكلا مقننا محددًا، ولم يستطع أي باحث وضع تعريف محدد للويب 2.0، فكانت كل تعريفاته عبارة عن تعريفات إجرائية حسب تصور واحتياجات بحثة من جانب الباحثين (اللبان وعبد المقصود، م.س، ص 267-269).

ويمكن تلخيص أهم الخصائص التي وفرها ويب 2.0، بما يلي:

1. إتاحة المجال أمام المستخدم لاستخدام برامج تعتمد على الموقع، وبهذا

يمكن من امتلاك قاعدة بيانات الخاصة على الموقع، بالإضافة إلى قدرته على التحكم بها.

2. إتاحة المجال أمام المستخدم لإضافة قيم لتلك (البرنامج المعتمدة على الموقع).

3. إتاحة المجال أمام المستخدم ليعبر عن نفسه واهتماماته وثقافته.

4. تزويد المستخدم بميزات وتطبيقات مشابهة لبيئته الحاسوبية الشخصية.

5. تزويد المستخدم بأنظمة تفاعلية تسمح بمشاركته في تفاعل اجتماعي.

6. إتاحة المجال أمام المستخدم لتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة أو تغيير أو حذف المعلومات.

موقع (الفيس بوك)

مقدمة

المبحث الأول: ماهية (الفيس بوك)

المبحث الثاني: قصايا حول (الفيس بوك)

المبحث الثالث: النظرة إلى موقع (الفيس بوك)

الفصل الثاني

موقع (الفيس بوك)

مقدمة

في نهايات القرن الماضي بدأت انطلاقة ما أطلق عليه "المواقع الاجتماعية" بالدخول إلى الإنترنت، وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح موقع (الفيس بوك) الاجتماعي أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وبدأ بانتراع الصدارة بشكل جلي أمام المواقع الاجتماعية المنافسة الأخرى مثل تويتر، وماي سبيس، ويوتيوب، وغيرها، وخلال فترة قصيرة تحول موقع (الفيس بوك) إلى ظاهرة إلكترونية تستحق الدراسة والبحث، خاصة أنه لم يعد مجرد موقع للتعارف بل اقتحم مناح عديدة من الحياة، وحقق انتشارا منقطع النظير.

وتشهد منطقتنا على المستويين الإقليمي والمحلي إقبالا متزايدا من قبل الشباب على الاشتراك في هذا الموقع، حيث أكد تقرير أطلقته شركة (سبوت أون للعلاقات العامة) أن عدد المشتركين في خدمة الإعلام الاجتماعي، (فيس بوك)، في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أكثر من عدد المشتركين في الصحف التي يتم تداولها في الشرق الأوسط. إذ يرى ألكسندر مكناب، المدير في شركة سبوت أون للعلاقات العامة أن (الفيس بوك) أصبح بالسببة للمستخدمين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا جزءا قيما من حياتهم اليومية، أما كارينغتون مالين، المدير العام للشركة فقد قال في معرض حديثه

عن انتشار (الفييس بوك) في المنطقة: "لقد بدأ (الفييس بوك) ومنصات الإعلام الاجتماعي الأخرى الآن بتحديد كيفية اكتشاف الأشخاص للمعلومات وتشاركهم بها وكيفية تشكيلهم لأرائهم وتفاعلاتهم" (البوابة العربية للأخبار التقنية، 2010/5/24).

من هنا فقد لاحظ خبراء نفسيون الولع الشديد الذي حظي به هذا الموقع من قبل مستخدميه، الأمر الذي جعلهم يؤكدون أن ظاهرة إدمان استعمال (فييس بوك) بدت واضحة، وأكدوا أن هذا الولع له آثار حادة على حياة الفرد، بحيث يفقده الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقاته بالمحيطين به. وتوضيحا لحجم المسألة، أفادت بولا بايل المعالجة النفسية للشؤون الزوجية والأسرية بولاية نورث كارولينا، أن استعمال الموقع بات وكأنه فعل قهري، يتيح لمستخدميه المجال للهروب من عالمهم إلى عالم (فييس بوك)، بحيث يقلب المشترك الموازين فيفصل رغما عنه عن العيش في عالمه الحقيقي ليعيش في عالم (الفييس بوك)، وتضيف أن المشكلة الحقيقية في الإدمان على (الفييس بوك) تظهر حينما يبدأ الفرد بإهمال عائلته، ولا يعود قادرا على الالتزام بعمله لأنه يرى في عالم (الفييس بوك) مكانا أكثر متعة لقضاء وقته مقارنة مع قضاء وقته في عالمه الحقيقي (نقلا عن Cohen, 23 April 2009).

ومن خلال تلك المؤشرات فقد انصب اهتمام الكتاب على (الفييس بوك) تحديدا، كونه الموقع الأكثر جذبا للشباب العربي (أنظر جدول رقم "3")، حيث تشير الإحصاءات إلى أن موقع (الفييس بوك) يتبوأ المرتبة الأولى بين مواقع الإنترنت التي يتم الدخول إليها من قبل المستخدمين في معظم الدول العربية، ويأتي ضمن أكثر ثلاثة مواقع شعبية في جميع الدول العربية بلا استثناء (alexa، 2011).

المبحث الأول

ماهية (الفيس بوك)

نشاته - سماته - خدماته

تعريف (الفيس بوك) (Facebook?)

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب-أويديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية (Orgnet.com).

الإنطلاقة

انطلق (الفيس بوك) FaceBook بسرعة وقوة مقطعتي النظير، حيث استطاع التميز على المواقع الاجتماعية الأخرى بما قدمه لمستخدميه من تطبيقات متعددة وسهلة الاستخدام، فأحدث إنقلابا هائلا وساهم في قلب موازين تجلت آثارها في الآونة الأخيرة، وفكرة التطبيقات التي يقدمها (الفيس بوك)؛ تقوم على الاعتماد على الجيل الثاني من الإنترنت (ويب 2.0)، لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من المشتركين من إيجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات.

تطور سريع

أنشأ مارك زوكربيرج وهو طالب جامعي موقع (الفيس بوك)، وسرعان ما لاقى هذا الموقع إقبالا هائلا من قبل المشتركين، حيث بلغ عدد مشتركيه في ديسمبر من عام 2004؛ مليون مشترك، وبعد مرور عام واحد على ذلك، وصل العدد إلى أكثر من خمسة ملايين ونصف المليون مشترك، ليرتفع في

ديسمبر عام 2006 إلى 12 مليون مشترك (Facebook.com، 2008)، وسجل في عام 2007 وحوود أكثر من 70 مليون شخص (Ellison & Lamp، 2007)، وفي إبريل من عام 2008، كان عدد مستخدمي (الفيس بوك) يفوق 120 مليونا (Lewis & Cristakis 2008)، وفي 2009 فاق عدد أعضائه 300 مليون مشترك (Facebook.com، 2009)، وفي يوليو 2010 افتتخر الموقع حين أعلن زوكربيرج مؤسسه والرئيس التنفيذي له عن وصول عدد مشتركيه لنصف مليار مشترك (الجزيرة نت، 2010)، ثم وصل عدد مشتركيه في تموز 2011 إلى 650 مليون مشترك (eBizMBA، 2011).

نشأة (الفيس بوك)

انطلق موقع (الفيس بوك) في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما قام مارك زوكربيرج وهو طالب في السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية بابتكار (الفيس ماش) مع زميله في عرفة السكن "موسكوفيتز" و"هيوز"، حيث تم استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية".

وقد لجأ زوكربيرج إلى احتراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها في الموقع، ثم قام بتوجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، لكن ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام فيه زوكربيرج، قامت إدارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه، واتهمت زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر، وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، وكانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة؛ ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، وفي 4 نوفمبر من عام 2004، قام زوكربيرج بتأسيس موقع (الفيس بوك) على نطاق جامعة هارفرد تحت مسمى thefacebook.com.

وكانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كولييدج، أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وحيزة، انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأندرو ماکولام (رسام حرافيك) وكريس هيوز إلى روكريبرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004، فتح (الفيس بوك) أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل، بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.

وفي يونيو من عام 2004، تم نقل مقر (الفيس بوك) إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا، وقامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم الطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، كما قام (الفيس بوك) بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين في العديد من الشركات، ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.

ويلاحظ أنه حتى تلك المرحلة كان الاشتراك بموقع (فيس بوك) لازال غير متاح أمام الجماهير التي تستخدم الإنترنت، لكنه وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر، والدين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، ليصبح هذا التاريخ لاحقا أحد أهم التواريخ التي شكلت معطيات أساسية في تطور مسار المواقع الاجتماعية والإنترنت.

هذا النجاح السريع واللافت الذي حققه الموقع، جعل زوكريبرج يرفض عرضا تلقاه لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار، وقد علل زوكريبرج رفضه للعرض إلى أن قيمة موقعه أعلى بكثير من المبلغ المعروض.

وفي أكتوبر 2007، وبعد تنافس محتدم بين شركتي جوجل و
ماكروسوفت، أعلنت شركة مايكروسوفت عملاقة البرمجيات الأمريكية أنها
قامت بشراء حصة في (فيس بوك) بلغت 6.1٪ بقيمة 240 مليون دولار،
حيث قدرت القيمة الصمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار، وعلى
الرغم من ذلك، فإن مايكروسوفت قامت بشراء سهم مفصل يتضمن حقوقاً
خاصة مثل "حقوق التصفية"، وهو ما يعني أن مايكروسوفت ستتقاضى
مستحققاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة، كما أن السهم
الذي قامت مايكروسوفت بشرائه يعطيها الحق في نشر الإعلانات الدولية في
الولايات المتحدة وعلى المستوى الدولي على (الميس بوك).

وفي أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة (الميس بوك) اتحاد
مدينة دبلن عاصمة إيرلندا، مقراً دولياً له.

الجدول رقم (5)

أهم تطورات موقع (الميس بوك) في الشهر والسنة

السنة	الشهر	الإنجاز
2004	فبراير	● انطلاقة موقع (الميس بوك) على يد دوكر بيرج ورميليه في عرفة السكر لجامعة هارفارد 1 موسكوهيتز، هيوور.
	مارس	● (الميس بوك) يتوسع من جامعة هارفارد ليشمل جامعات ستانفورد وكولومبيا وويل.
	يونيو	● (الميس بوك) ينقل قاعدة عطياته إلى بالو ألتو، في ولاية كاليفورنيا.
	سبتمبر	● تمت إضافة قابلية تكوين المجموعات، وخاصية إنشاء الملف الشخصي.
2005	ديسمبر	● بلغ عدد المشتركين النشطين ما يقارب المليون.
	مايو	● رفع (الميس بوك) رأس ماله بقدر 12.7 مليون دولار، تم دفعها من قبل اكسيل بارتقوس
	أغسطس	● وسع (الميس بوك) نطاق الاشتراك فيه ليشمل 800 جامعة.
	سبتمبر	● تم تغيير اسم الشركة من "thefacebook"، إلى "facebook" ● تم توسيع نطاق الاشتراك ليضم المدارس الثانوية في الولايات المتحدة.

السنة	الشهر	الإيجاز
2006	نوفمبر	<ul style="list-style-type: none"> تم تطوير قابلية إضافة الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع
	ديسمبر	<ul style="list-style-type: none"> تم توسيع نطاق الاشتراك ليضم المدارس والجامعات خارج الولايات المتحدة الأمريكية
	أبريل	<ul style="list-style-type: none"> وصل عدد المشتركين لأكثر من 5.5 مليون مشترك تم رفع رأس المال إلى 5.27 دولار، من قبل بارشيس وميريتش.
	يوليو	<ul style="list-style-type: none"> تم إطلاق برنامج لتصفح الموقع من خلال الموبايل.
	سبتمبر	<ul style="list-style-type: none"> طرح (الفيس بوك) ميزة المساهمة عبر الأسهم، بالتزامن مع وصول عدد الشركاء إلى أكثر من عشرين شريكا.
	أغسطس	<ul style="list-style-type: none"> تم تقديم سمة News Feed أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين. فتح الموقع أبوابه لاشتراك من يرغب من الناس. تم إطلاق خطة تطوير الموقع
2007	ديسمبر	<ul style="list-style-type: none"> تمت إضافة سمة Facebook Notes أو تعليمات (الفيس بوك)، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تصميمها
	فبراير	<ul style="list-style-type: none"> بدأت خطة التعاون بين (الفيس بوك) وماكروسوفت.
	مارس	<ul style="list-style-type: none"> عدد مشترك الموقع زاد عن 12 مليون مشترك نشط تمت إضافة سمة Gifts أو الهدايا.
	أبريل	<ul style="list-style-type: none"> زاد عدد مشترك الموقع في كندا ليصل إلى مليوني مشترك، ومليون في المملكة المتحدة
	مايو	<ul style="list-style-type: none"> وصل عدد المشتركين إلى 20 مليون تم إطلاق سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبروة مجانية.
	أكتوبر	<ul style="list-style-type: none"> (الفيس بوك) استهل العمل مع 65 شريكا مطورا، وأكثر من 85 تطبيقا. وصل عدد مشترك (الفيس بوك) إلى أكثر من 50 مليون مشترك فعال أطلق الفيسبوك نظام برامج للموبايل.
	نوفمبر	<ul style="list-style-type: none"> (الفيس بوك) ومايكروسوفت وسما اتماقهما، فقد اشترت مايكروسوفت سهما بقيمة 240 مليون دولار، بخول لها الحق في نشر الإعلانات الدولية على (الفيس بوك). تم إطلاق حاصية وصف المشاريع.

الإنجاز	الشهر	السنة
<ul style="list-style-type: none"> • شاطر فيسبوك رعاية المظاهرات الرئاسية مع اي بي سي نيوز. • فيسبوك أصبح متوفرًا باللغتين الإسبانية والعربية • تم تطوير اعدادات الخصوصية بصم قائمة الاصدقاء إلى خيارات الخصوصية في نسخة (فيس بوك) الألمانية • تم إطلاق خاصية "فيسبوك الدردشة". • تم توفير تطبيق الترجمة إلى 21 لغة إضافية. • قدم إمكانية "Facebook Beta"، وهي نسخة تجريبية من (الفيس بوك) عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات متعددة • تم دمج سميتي "Mini-Feed" و "Wall"، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب كما تم بدل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيمًا. • وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 100 مليون مشترك فعال. • تم الإعلان عن اختبار (الفيس بوك) لطريقة جديدة هي تسجيل الدخول بشكل أبسط. 	<p>يناير</p> <p>فبراير</p> <p>مارس</p> <p>أبريل</p> <p>يوليو</p> <p>أغسطس</p> <p>ديسمبر</p>	2008
<ul style="list-style-type: none"> • عدد المشتركين في (الفيس بوك) وصل لأكثر من 150 مليون مشترك فعال. • تم دمج بث الممي إن إن الحي مع فيسبوك. • وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 175 مليون مشترك فعال. • تمت إضافة ميزة "أعجبي". • عدد المشتركين وصل إلى أكثر من 200 مليون مشترك فعال. • ديجيتال سكاي تكنولوجيز قامت بشراء أسهم مفصلة بقيمة 200 مليون دولار في (الفيس بوك) الذي تم تقدير قيمته الإجمالية بـ 10 بليون دولار • تم إطلاق خاصية استعمال اسم المستخدم "Usernames". • وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 250 مليون مشترك فعال. • فيسبوك يدخل خاصية "فريد فيد" "FriendFeed". • وصل عدد المشتركين إلى أكثر من 300 مليون مشترك فعال • وصل عدد المشتركين لأكثر من 350 مليون مشترك فعال. • وصل عدد المشتركين لأكثر من 400 مشترك فعال • وصل عدد المشتركين إلى 500 مليون مشترك فعال. 	<p>يناير</p> <p>فبراير</p> <p>أبريل</p> <p>مايو</p> <p>يونيو</p> <p>يوليو</p> <p>أغسطس</p> <p>سبتمبر</p> <p>ديسمبر</p> <p>فبراير</p> <p>يوليو</p>	2009
<ul style="list-style-type: none"> • وصل عدد المشتركين إلى 500 مليون مشترك فعال. 	يوليو	2010

السمات العامة لموقع (الفيس بوك)

يتضمن (الفيس بوك) عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه السمات سمة "Wall" أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وسمة "Pokes" أو النقرة التي تتيح للمستخدمين إرسال "نقرة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يحظر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به، وسمة "Photos" أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك سمة "Status" أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، ويمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم من قبل أي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية.

في يوليو من عام 2007، أتاح (الفيس بوك) إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط.

كما وفر (الفيس بوك) لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى، التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتوباكيت" و"فليكر" الذين يحددان عدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها، كما يمكن الموقع مشتركه من ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية التي تخصهم، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذين يمكنهم مشاهدة ألبوم معين، وعلى سبيل المثال، يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم ما بحيث يتيح لأصدقاء المشترك فقط مشاهدة الألبوم، بينما يمكن ضبط

إعدادات الخصوصية في ألبوم آخر على نحو يتيح لجميع مشتركى (الفيس بوك) مشاهدة هذا الألبوم، ومن السمات الأخرى الخاصة بتطبيقات "Photos" القدرة على تسمية المشتركين في صورة ما "Tag"، فعلى سبيل المثال، إذا كانت إحدى الصور تشتمل على أحد أصدقاء المشترك، فإنه يمكن للمشارك تسمية الصديق الموجود في هذه الصورة أو إضافة تعليق ما، وسوف يؤدي ذلك إلى إرسال تنبيه لهذا الصديق بأنه قد تم تسميته، مع تزويده برابط لمشاهدة هذه الصورة.

ويوفر الموقع سمة "Facebook Notes" أو تعليقات، وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تصميمها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

ويمكن مشتركى (الفيس بوك) التواصل مع أصدقائهم عما يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب، عن طريق إتاحة تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج "Comet"، حيث يطلق عليه اسم "Chat 59".

وهالك سمة يوفرها (الفيس بوك) هي "Gifts" أو الهدايا، التي تتيح للمشاركين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، وتكلف الهدايا 1.00 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية معها.

كما يستطيع مشتركى (الفيس بوك) نشر إعلانات مبنية مجانية خاصة بهم، عبر سمة "Marketplace" أو السوق، تتم مشاهدتها من قبل مشتركى الموقع

نظرة عامة على مكانة موقع (الفيس بوك) على الإنترنت

يحتل موقع (الفيس بوك) المرتبة الثانية بين كل المواقع الموجودة على الإنترنت، وفيما يلي أعلى عشر مواقع إلكترونية يتم تصفحها من قبل رواد الإنترنت، مرتبة من الأكثر إلى الأقل تصفحاً وفقاً لما جاء في موقع أليكسا (Alexa) خلال تموز 2011:

1. جوجل Google.
2. فيس بوك Facebook.
3. يوتيوب Youtube.
4. ياهو Yahoo.
5. لايف Live.
6. بيدو Baidu.
7. ويكيبيديا Wikipedia.
8. بلوغر Blogger.
9. إم. إس. إن MSN.
10. تينسنت Tencent.

يلاحظ من ترتيب أعلى المواقع التي يتم تصفحها على الإنترنت، أن موقع (الفيس بوك) حاء في المرتبة الثانية بعد موقع جوجل، ولعل في هذا مؤشر على تصدر شعبية (الفيس بوك) على مواقع الإنترنت، فمع أن حصوله على المرتبة الثانية يعتبر أمراً بعيد ذاته ليس بالبسيط، ويسجل له تفوقاً كبيراً، إلا أنه يمكن أن يضاف لهذه المرتبة (الثانية) ما يعطيه بشكل أو بآخر أكثر منها، ذلك أن الموقع الذي يسبقه هو موقع جوجل، ومعروف أن استخدام موقع جوجل من قبل المتصفحين يكون بهدف البحث عن معلومة أو موقع في معظم

الأحيان، هذا يعني . مع عدم الانتقاص من أهمية جوجل وما يقدمه من خدمات متعددة- أن عددا ضخما من متصفحي هذا الموقع يدخلونه كمرمر لمواقع أخرى، أي أن المستخدم يتصفح ليس كهدف قائم بحد ذاته، وإنما كوسيلة للوصول لهدف لديه، فعلى سبيل المثال، إذا أراد مستخدم ما الاطلاع على موقع عن النمور، فإنه يستخدم جوجل كمحرك بحث ليصل لعايته المتمثلة في مواقع النمور، وبالتالي لا يشكل له جوجل أكثر من عر، هذا الأمر لا يطبق على (الميس بوك)، ذلك أن من يسجل الدخول إليه يصعب أن يوصف بأن هدفة ليس في الموقع نفسه، هذا التحليل قد يعطي (الميس بوك) إصافا أكثر أمام تفوق جوجل عليه في مجال الموقع الأكثر شعبية بين المواقع الإلكترونية على الإنترنت.

الجدول رقم (6)

الدول التي يشكل مرقادوها أعلى نسب الاشتراك في موقع (الميس بوك) في تموز 2011:

الترتيب	الدولة	النسبة من مشترك الميس بوك
1	الولايات المتحدة الأمريكية	24.1%
2	الهند	7.2%
3	ألمانيا	4.6%
4	المملكة المتحدة	3.6%
5	إيطاليا	3.4%
6	فرنسا	3.3%
7	المكسيك	2.9%
8	أندونيسيا	2.5%
9	البرازيل	2.5%
10	إسبانيا	2.4%

(*) وفقا لموقع ألكسا (Alexa)

المبحث الثاني

قضايا حول (الفيس بوك)

الخصوصية - التحفظات - حجه - إيمانه

مقدمة

على الرغم من النجاحات التي حققها ويحققها موقع (الفيس بوك)، إلا أن العديد من القضايا تثار باستمرار حوله، وقد تكون قضية الخصوصية من أبرز ما يواجهه هذا الموقع من إنتقاد، إذ يرى العديدون أن موقع (الفيس بوك) لا يقتصر على مجرد إتاحة الفرصة للتعارف وطرح الأفكار والتعبير عن الرأي، بل يرون أنه بات على دراية بأمور عن مستخدميهم تفوق درجات تصورهم إلى حد بعيد، فهو أصبح يملك كما هائلا من المعلومات الشخصية التي يحتفظ بها عن مستخدميهم في قاعدة بياناته الضخمة، وقد تزايدت تلك الإنتقادات بعد أن بدأ موقع (الفيس بوك) في طرح المعلومات المتعلقة بأعضائه علنا على محركات البحث على الانترنت مثل 'غوغل' و 'ياهو'، بهدف الدخول المبكر في السباق لساء دليل إلكتروني عالمي يحتوي على أكبر قدر ممكن من المعلومات والتفاصيل الشخصية مثل السير الذاتية وأرقام الهواتف وغيرها من سبل الاتصال بالشخص، وهويات الأعضاء وحتى المعلومات عن أصدقائهم.

وقد بلغت درجة المخاوف من اختراق الخصوصية على هذا الموقع إلى أن تأخذ منح ومنتطالات متعددة الجوانب، إذ أن أمر الخصوصية برأي العديدين لم يعد يشمل حماية المرء من الموقع أو من الآخرين فقط بل حتى من نفسه أيضا.

ومن من جانب آخر فإن هنالك من يحذر من استفادة الكيان الصهيوني من الكم الهائل من المعلومات المتاحة عن المشتركين من العالمين العربي

والإسلامي التي توجد على موقع (الفييس بوك) وتحليلها وتكوين صورة استخباراتية عن الشباب العربي والمسلم.

وجاء الملف الذي نشرته الصحيفة الفرنسية الفرنسية "لوما عازين ديسرايل" عن موقع (الفييس بوك) ليدعم هذه المخاوف، حيث أكدت فيه أن موقع (الفييس بوك) موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس لصالح الكيان الصهيوني، إذ تضمن الملف معلومات عن أحدث طرق للجاسوسية تقوم بها كل من المخابرات الإسرائيلية والمخابرات الأمريكية عن طريق أشخاص عاديين لا يعرفون أنهم يقومون بمثل هذه المهمة الخطيرة. كما نقل تقرير مجلة "إسرائيل اليهودية" التي تصدر في فرنسا الكثير من المعلومات السرية والهامة عن موقع الفييس بوك بعد تمكن المحلة من جمعها عبر مصادر إسرائيلية وصفتها المحلة بـ "الموثوقة"، الأمر الذي جعل السفير الإسرائيلي في باريس يتهم هذه المجلة اليهودية بأنها كشفت أسراراً لا يحق لها كشفها للعدو.

وهي سياق آخر، فقد أكد خبراء نفسيون أن درجة الإقبال على هذا الموقع والتعلق فيه خلقت ظاهرة جديدة هي إدمان استعمال (الفييس بوك)، حيث لاحظوا أن هذا الولع له آثار جدية على حياة الفرد، بحيث يعقده الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقاته بالمحيطين به وتوضيحا لحجم المسألة، أفادت بولا بايل المعالجة النفسية للرواح والعائلة بولاية نورث كارولينا، أن استخدام موقع (الفييس بوك)، بات وكأنه فعل قهري، يتيح لمستخدميه المجال للهروب من عالمهم إلى عالم (الفييس بوك)، وأشارت بايل في مقابلة مع قناة "سي إن إن" الإخبارية، إلى أن المسألة في تمام، وذلك نظراً لأنها تتيح مخرجاً للأفراد المأرومين في حياتهم اليومية، يقدمهم الصلة بها.

ومن جهتها، وصفت المعالجة النفسية الإكليريكية بجامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس، جوانا ليباري (الفييس بوك) بأنه يتيح للمرأة أن يعيش حياة رغيدة من دون منغصات في عالم مفبرك بالكامل.

قضية الخصوصية "Privacy" في (الفيس بوك)

رغم الريادة التي حققها موقع (الفيس بوك) في محاله، إلا أن العديد من مشتركيه بدأ يقلق من أن يكون ضرره مساو أو يفوق نفعه، فثمة من يتهمه باستباحة حصوصيات المشتركين وتسريب بياناتهم الشخصية.

الأمر الذي جعل بعض المهتمين يحذرون مستخدمي (الفيس بوك) ويطلبون منهم أن لا تسبهم المتعة التي يحصلون عليها أثناء تواجدهم على الموقع أن هنالك بعض المخاطر، فالمعلومات الشخصية التي ينشرها المشترك على الموقع تفقد طابعها الشخصي بمجرد نشرها، وحتى إذا ما كان المرء حذرا وحدد أصدقائه الذين يمكنهم زيارة صفحته، إلا أنه من غير الممكن أن يعرف، كيف قام أصدقائه بتحديد الأذن بالدخول إلى صفحاتهم، إضافة إلى أن بعض البرامج أو الألعاب التي يمارسها المستخدم على (الفيس بوك) تتطلب أن يسمح المستخدم الأذن للآخرين بالإطلاع على معلوماته الخاصة إذا ما أراد أن يشارك في اللعبة وإلا فلن يكون له الحظ بالمشاركة.

ويبدو أن على مستخدمي هذه الشبكات أن يقرروا دائما بين الاستخدام الكامل لبرامج الشبكة وبين أن يتخلوا عن معلوماتهم الخاصة، إذ يقول الخبير في مجلة كومبيوتر الألمانية جو باجر: "يعرض الفيسبوك دائما معلومات عن أصدقاء من دون أن يعرف المرء إن كانوا يرغبون بنشر معلوماتهم أصلا".

وقد بدأت قصايا الخصوصية في (الفيس بوك) في إثارة المخاوف والتحفظات، حين بدأ البعض يتنبه إلى أنه يمكن عن طريق الموقع مراقبة واستخراج بيانات خاصة بمشركيه (Rampell، 2008)، ورادت هذه المخاوف حينما أثبت طالبان من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا إمكانية الاطلاع على ملفات المشتركين في الموقع عندما تمكنا من تنزيل ما يزيد عن 70.000 ملف شخصي من (الفيس بوك) من أربع كليات هي؛ معهد ماساتشوستس

للتكنولوجيا، وجامعة نيويورك، وجامعة أوكلاند، وجامعة هارفارد، حيث قاما بذلك كجزء من مشروع بحث عن موضوع الخصوصية في (الفيس بوك) والذي نشر في 14 ديسمبر من عام 2005 (Jones and Soltren، 2005)، ويلاحظ هنا أن هذه القضية أثبتت في المرحلة التي كان الاشتراك في الموقع متاحا فقط للجامعات والكليات، أي قبل أن يفتح أبوابه لكل الناس.

كما جاء برنامج "كليك" على قناة بي بي سي، ليؤكد أنه يمكن سرقة البيانات الشخصية الخاصة بمستخدمي (الفيس بوك) وبأصدقائهم من خلال إرسال تطبيقات خبيثة (Kelly، 2008).

ومن جانب آخر، فقد تم توجيه الانتقاد للموقع حول ما جاء باتفاقية مع المشتركين، حيث توحد فقرة تنص على ما يلي: "ربما ستستخدم البيانات الخاصة بك والتي نقوم بجمعها من مصادر أخرى ومن بينها، على سبيل المثال لا الحصر، الصحف ومصادر الإنترنت مثل المدونات وخدمات المراسلة المورية ومن مطوري نظام تشغيل Facebook ومستخدمي (فيس بوك) الآخرين من أجل استكمال الملف الشخصي" (Facebook's Privacy Policy).

وهناك عبارة أخرى أثارت الكثير من القلق، تعلقت بحق (الفيس بوك) في بيع بيانات المستخدم إلى الشركات الخاصة، حيث تنص العبارة على "قد نتبادل البيانات الخاصة بك مع أطراف أخرى ومن بينها الشركات الجديدة بالثقة والتي نقوم بالتعامل معها" (Roper، 2005).

إثر ذلك، قام كريس هيوز، وهو المتحدث الرسمي باسم (الفيس بوك)، بالرد على هذه المحاولات قائلا: "لم نقم من قبل مطلقا بتزويد أطراف آخرين بالبيانات الخاصة بمستخدمي الموقع، ولا نعتزم القيام بذلك على الإطلاق" (Peterson، 2006).

وزادت المخاوف والاعتراضات عندما نبه البعض إلى صعوبة قيام

المستخدمين بحذف حقوق الدخول أو الحسابات الخاصة بهم عند الرغبة في ذلك، حيث يتيح الموقع لمستخدميه "إلغاء تنشيط" حساباتهم فقط، بحيث يتوقف عرض ملفاتهم الشخصية، لكن تبقى المعلومات التي قام المشترك بإدخالها إلى الموقع وعلى ملفه الشخصي موجودة على وحدات الخدمة الخاصة بالموقع، ويستحيل عليه إلغاؤها، وقد أثار هذا الأمر حفيظة العديد من المستخدمين الذين كانوا يرغبون في حذف حساباتهم بصورة دائمة، حيث أن عدم إلغاء معلوماتهم إلغاء تاما -من وجهة نظرهم- يمثل تهديدا متواصلا لمستقبلهم المهني، فبعد دخولهم سوق العمل، أصبحت عدم القدرة على محو الملفات الشخصية التي تتضمن بيانات محرجة أو شديدة الخصوصية عنهم، تجعلهم في غاية القلق خوفا من أن يتمكن أصحاب العمل من الوصول إلى تلك الملفات (Ramssastry، 2008)، ويؤكد مثل هذه المخاوف التحذير الذي أطلقه الرئيس الأمريكي باراك أوباما عند لقائه مع مجموعة من طلاب المدارس التي تتراوح أعمارهم بين 14 و15 عاما، حيث طلب أحد الطلاب من أوباما إسداء بعض النصائح لمن يرغب أن يصبح رئيسا، فرد أوباما (الحزيرة الفصائية، 2010): "أولا أريد من كل شخص أن يكون حريصا حول ما يعرضه على (الفيس بوك)، لأن هذا يؤثر عليه في الحياة المستقبلية، خاصة أن المرء في سن الشباب يفعل بعض الأخطاء والأمور الغبية"، وقد قام (الفيس بوك) بتغيير السياسات الخاصة بحذف حسابات مستخدميهم في 29 فبراير عام 2008، حيث أتاح للمستخدمين إمكانية الاتصال بالموقع لطلب حذف الحسابات الخاصة بهم بصورة دائمة.

وتزايدت المخاوف أكثر عندما صرحت منظمة الدفاع عن حقوق المستهلك الأميركي، أنها اكتشفت أن (الفيس بوك) غير في فبراير 2009 وبصورة سرية بعض شروط استخدامه، حيث أبرز أنه "هو صاحب الحق الأبدي والشامل لكل ما ينشر عبره"، ونص الموقع على أن المشترك يعطي (الفيس بوك) حقا أبديا لا

رجعة فيه ولا استثناء يخوله التصرف في كل ما ينشر عبره مع التفويض بإعطاء رخصة ثانية لاستخدام المواد المنشورة، بما في ذلك السخ والنشر والتوزيع والتخزين والتنفيذ، والنقل والمسح الصوتي والتحرير والترجمة والتكيف، أي إعادة توزيع أي شيء ينشر عبر الموقع، وهذا يعني أن (الفيس بوك) قرر أن يستعمل كل ما ينشر عبره، حتى لو قام الشخص بإزالة المادة أو إغلاق حسابه، حسب تعليق لمجلة أفريك معازين على هذه الشروط، لكن ونيحة للضغوط التي تعرض لها الموقع من جراء تصريح المنظمة الأميركية المذكورة، اضطرت إدارة الموقع للتراجع عن ذلك، وإن كان مؤسس فيسبوك أشار إلى أن هذا التراجع "ظرفي"، وهو ما فسره البعض بأنه يعني أن زوكريرح ترك الباب مفتوحا أمام إضافة شروط على التسجيل عاجلا أم آجلا (الجزيرة نت، 2009/6/30).

تحفظات على (الفيس بوك)

إضافة لمن يتهم موقع (الفيس بوك) باستباحة خصوصيات المشتركين وتسريب بياناتهم الشخصية، فإن ثمة من يؤكد أنه يستغل من قبل جهات استخبارية للتجسس، ولا يتردد الكثيرون في شجب ما يروج عبر فيسبوك من عنف وكراهية وتمييز عنصري وما يمرر خلاله من أشياء تخدش الحياء وتشجع على نشر الرذيلة (الجزيرة نت، 2009/6/30).

وهناك من يؤكد أن المخابرات الإسرائيلية قد وسعت من توظيف الإنترنت والشبكات الاجتماعية مثل (الفيس بوك) في تجنيد العملاء، حيث يتم توظيف المعلومات التي يقدمها المتصفحون الفلسطينيون عن أنفسهم وعن أصدقائهم في محاولة تجنيدهم عبر الاتصال بهم وتضليلهم، كما أنها تحاول أيضا استغلال ظروف الحصار وتدهور الأوضاع الاقتصادية والصحية للفلسطينيين عبر مساومتهم للسقوط في براثن العمالة (النعامي، 2010).

وقد أكد المفوض الاتحادي السويسري لحماية البيانات الخاصة هانر بيتر

تيور في تقريره السنوي، أن مواقع مثل (فيس بوك) " باتت مصدرا للمعلومات تلجأ إليه أجهزة المخابرات، كما تستخدمها الشركات للتجسس على موظفيها"، حيث أشار إلى أن "استخدام الشبكة أصبح من مقتضيات الحياة اليومية، لكن تلك الشبكة لا تنسى أحدا من زوارها يوما ما، وهو ما قد يمثل مشكلة في التعدي على الحريات الخاصة، لاسيما في المواقع ذات الاستخدام الاجتماعي"، كما أنه إلى أن المسؤولين عن تلك المواقع "يمكنهم جمع تلك المعطيات التي يدلي بها المستخدمون محض إرادتهم وإعداد ملفات عن شخصية المستخدم، تحتوي على تفاصيل حياته أو توجهاته" (أبو العينين، 2009).

أما في ألمانيا، فقد أظهرت دراسة عن موقع (الفيس بوك) قامت بها مؤسسة "اختبر الصناعة" وهي إحدى المؤسسات الألمانية لحماية المستهلك في مارس 2010، بأن (الفيس بوك) لا يحترم خصوصيات المشتركين، ويتعامل معها كما يحلو له، وكانت الدراسة قد قامت بتقييم مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي العالمية والأميركية، وأعطت (الفيس بوك) أسوأ تقدير في مجالات بيانات وحقوق المستخدمين، كما نهت إلى عجزها عن تقييم إجراءات حماية البيانات الشخصية في (الفيس بوك) بسبب فرض الموقع سرية على هذه الإجراءات، وأثارت هذه النتائج حفيظة وريرة حماية المستهلك الألمانية إلزا إيفنير، التي انتقدت إعلان موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) عزمه تخفيف إجراءات حماية البيانات الشخصية، وجمعه معلومات خاصة عن مستخدميه، ونقلها مستقلا إلى طرف ثالث دون إذن من هؤلاء المستخدمين، وقالت في رسالة مفتوحة وجهتها إلى مؤسس ورئيس مجلس إدارة (فيس بوك) زوكربيرج، إنها ذهلت من إصرار الموقع على تقليل قواعد حماية الخصوصية، رغم المخاوف التي أبدتها مستخدموه والانتقادات الشديدة الموجهة إليه من جمعيات عديدة لحماية المستهلك، كما أشارت إلى أن تعديلات (فيس بوك) الجديدة التي تسمح بتسليم معلومات شخصية عن مستخدمي الموقع إلى جهة ثالثة، حيث عبرت عن دهشتها "من تجاوز (الفيس

بوك) للخصوصية أكثر فأكثر بدلا من سعيه لحماية بيانات مستخدميه ، واعتبرت أن تنفيذ هذه الإجراءات الجديدة سيؤدي إلى فقدان الموقع للثقة على المدى البعيد.

حجب (الفيس بوك) في بعض الدول

على الرغم من صعوبة الرقابة على الإنترنت والمواقع الإلكترونية، إلا أن بعض الدول عمدت إلى انتهاج سياسة الحجب لبعض المواقع في بلدانها معللة ذلك بأسباب متعددة، ولعل أكثر الأسباب المعلنة من قبل الحكومات في دول الجنوب هي التذرع بإباحية بعض المواقع بما لا يتناسب مع العادات، أو لأسباب دينية أو عقائدية، أو لأسباب سياسية، وقد تعلق تلك الدول عن أسباب الحظر وقد لا تفعل، كما أن الأسباب المعلنة قد تكون حقيقية، أو غير حقيقية فتتذرع علنا بأسباب لا تكون في حقيقة الواقع هي ذات الأسباب الحقيقية وراء الحجب، خصوصا في الدول صاحبة الأنظمة الشمولية التي ترى في بعض هذه المواقع تهديدا لاستقرار أنظمتها.

ولعل موقع (الفيس بوك) يكون من بين أكثر المواقع التي تعرضت للحجب، حيث اختلفت وتفاوتت درجات حجبه، من حجب كلي للموقع، أو حجب لبعض الصفحات ، أو حجب بعض الخصائص، كحجب خاصية الدردشة مثلا، كما تفاوتت مدة الحجب، من حجب مؤقت خلال المرور بظرف ما، إلى حجب مستمر لا يتم الإعلان عن موعد لهائته، كما أن بعض الدول لا تحجبه لكنها تقلل من سرعه المخدم له، فيصح الدخول إليه متعذر أو غير مجد على الإطلاق.

هذه المواقف من الحكومات، جعلت كل من مبرمجي الإنترنت ورواده، يقومون بوسائل وطرق مختلفة للإلتفاف على عمليات الحجب، وكل طريقة من هذه الطرق تحمل في طياتها فروقات كبيرة في الاستخدام، والسرعة والأمان.

وعلى الرغم من تعدد البرامج المهمة بكسر الحجب إلا أن برنامج (البروكسي) "proxy" حظي بشهرة واسعة، وهو برنامج فيه العديد من الأنواع والتي تحقق أهدافا مختلفة، لكن أشهر تلك الأنواع ما يتم من خلاله التحايل على مزود خدمة الإنترنت الذي تستخدمه الدولة لتزويد متصفح الإنترنت فيها بخدمة الإنترنت، ويتم عبره تجاوز السياسات الأمنية التي يضعها مخدم الدولة، ويأخذ البروكسي دور وسيط، يصل بين اشتراك المستخدم وبين موقع الفيسبوك، بدون اللجوء إلى مخدم الدولة نفسها.

إدمان الفيس بوك

من الطواهر اللافتة حقا والغريبة التي ظهرت مؤخرا، ما أطلق عليه الأطباء النفسيون وعلماء الاجتماع "إدمان (الفيس بوك)"، حيث تتبدى الغرابة في هذا الإصطلاح من تخصيصه، إذ عندما كان يستخدم إصطلاح "إدمان الإنترنت" لم تكن تشعر بهذه الغرابة، فقد شاع عند المختصين وصف تعلق بعض الأشخاص بوسيلة إعلامية معينة لدرجة كبيرة تتسبب في التأثير السلبي على محريات حياتهم اليومية بأنه إدمان على تلك الوسيلة، والأمر اندرج على الإنترنت، لكن الغرابة أتت ها من التخصيص، أي أن الإدمان تعلق فقط بموقع واحد محدد دون غيره من المواقع، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على مدى إنتشار هذا الموقع بين الناس وأهميته لدى مستخدميه، فلو لا هذا الإنتشار الذي أدى إلى أيجاد شريحة كبيرة من مدمنيه، لما أفرده المختصين هذه التسمية.

وهالك العديد من الدراسات التي أجريت في دول العرب تؤكد وجود مشكلة إدمان (الفيس بوك)، إذ بيت دراسة عن استخدام (الفيس بوك) وعلاقته بالترجسية للباحثة الأمريكية "سورتنز" ان الإفراط في التعرض لموقع (الفيس بوك) له تأثيرات على الشباب، ذلك أن (الفيس بوك) يجعل مشتركه

يعيشون حالة أثناء تواجدهم على الموقع يصعب أن يعيشوها في واقعهم، مما يخفض من درجة تقديرهم لذاتهم، ووجدت أن إفراط الشباب وقصائهم فترات زمنية طويلة في التواجد على الموقع يحرمهم من فرصة الكشف عن ذاتهم تلك الخاصية التي يجب أن تنمو وتتكامل في مرحلة الشباب للمساهمة في بناء شخصياتهم بشكل متكامل، الأمر الذي يؤثر سلباً على مقومات بناء التنمية في المجتمع والدولة (Schwartz، 2010).

وفي دراسة أخرى عن تأثير الميس بوك على الأداء الأكاديمي لطلاب الجامعات أجريت في جامعة أوهايو بينت أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المشتركين في موقع (الميس بوك) أدنى بشكل واضح من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، وأكدت على أنه كلما تصفح الطالب الجامعي هذا الموقع كلما تدنت علاماته في الامتحانات، وقد اعترف 79٪ من الطلاب الذين شملتهم الدراسة بأن اشتراكهم في الموقع أثر سلباً على تحصيلهم الدراسي، وقد وجدت الدراسة أن 65٪ من المشتركين في موقع (الميس بوك) يتفقدون رصيدهم يوميا (Karpinski، 2009).

وقد يريد من خطورة إدمان (الميس بوك) انتشار هذا الإدمان، وكذلك عدم انتباه المستخدمين إلى إمكانية حدوثه لهم قل أن يقعوا فيه، ذلك أن جل القضايا المسببة للإدمان كالمشروبات الروحية والمخدرات والتبغ يعلم الجميع عن تسببها في الإدمان فيتم تجنبها من قبل قطاعات متعددة، أما موقع كموقع (الميس بوك) الذي أصبح يتصوره البعض أنه أصبح من ضروريات الحياة المعاصرة، فإنه يصعب أن يطلب من الناس تجنبه بحجة الخوف من الإدمان، ذلك أن الإشتراك فيه والتعامل معه بقدر صحيح أمر لا يسبب الإدمان، وبالتالي فإنه يمكن وصف الحد الذي يفصل التعامل السليم معه عن الإدمان عليه بأنه حد يصعب تحديده بشكل قاطع، خصوصا أن للإدمان عليه درجات متفاوتة، إضافة إلى أن العديد من مدمني (الميس بوك) يجهلون أنهم



facebook.

الفيسبوك الثاني: موقع (الفيس بوك)

مدمنون، الأمر الذي لا ينطبق على معظم أنواع الإدمان الأخرى، ويرى المختصون أن ثمة أعراض لإدمان استخدام (الفيس بوك) أهمها ما يلي:

- عدم شعور الشخص بالإكتفاء من الموقع، وقضاء أوقات طويلة عليه، بغض النظر عن النشاط الذي يمارسه على الموقع سواء كان تواصلا وتعارفا أو ألعابا أو رسائل أو متابعة مقاطع الفيديو أو التشاتينغ أو الاختبارات الشخصية أو غيرها من المرايا يتحياها الفيس بوك للأعضاء.

- حال مغادرة الشخص للموقع، يشعر بالرغبة في الدخول إليه من جديد.

- إهمال كلي أو جزئي للحياة الاجتماعية والالتزامات العائلية والوظيفية.

- إهمال الاهتمامات الأخرى والهوايات المحببة التي كانت للشخص في السابق.

- لحوء الشخص بعد التعب الشديد من تصفح الفيس بوك إلى النوم العميق لفترة طويلة.

- ظهور آثار اضطرابات نفسية كالارتعاش وتحريك الإصبع بصورة مستمرة.

- القلق والتفكير المفرط في الفيس بوك وما يحدث فيه عندما يكون الشخص بعيدا عن الكمبيوتر والإنترنت، وشعوره بالحزن والاكتئاب إذا بقي بعيدا عنه فترة من الزمن.

- تركيز التفكير حول الفيس بوك إلى حد الهوس، والحديث مع الأصدقاء ومن يلتقي بهم عن (الفيس بوك) وعما يحدث من أحداث داخله عندما يكون الشخص بعيدا عن الإنترنت.

- فشل الشخص المتكرر لمحاولات التقليل من عدد الساعات التي يقضيها على الفيس بوك.

- حدوث حالات ادمان سابقة ومتكررة عند الشخص على استخدامات الإنترنت في مرات سابقة وخروجه منها بسلام.

المبحث الثالث

النظرة إلى موقع (الفيس بوك)

نظرة عامة على (الفيس بوك) خدماته واستخداماته

استطاع موقع (فيس بوك)، أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية social networking على الإنترنت، أن يحقق انشازا مقطع الظير، فقد وصل معدل الاشتراكات الحديدة فيه إلى أكثر من 150 ألف مستخدم حديد في اليوم الواحد، يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم، وينشأكون شكل يكاد يبدو وكأنه مجتمع آخر مقابل للمجتمع الحقيقي.

لكن الحياة في (الفيس بوك) قد تبدو أكثر سهولة ومتعة من مجتمع الواقع، فالصغوط في مجتمع (الفيس بوك) تكاد لا تكون موحودة، الفرد يقدم نفسه بالطريقة التي يحبها، وهو غير ملزم بالتعامل إلا مع من يريد، فلا وجود تقريبا للنواهي والممنوعات الموجودة في المجتمع الحقيقي، يختار المجموعة التي تلائمه، ويعلق على ما يريد، ويتحدث مع من يحب، وبالطريقة التي يحبها، حتى أن (الفيس بوك) يتيح لمستخدمه التعامل مع مواقع العالم الافتراضي من خلاله، فيمكن بذلك أن يقوم المشترك -إن أراد- ببناء البيت الذي يتمناه، ويأمكنه أن يذهب للمتاجر ويتسوق، وأن يقوم بتأثيث منزله بالأثاث الذي يريده، وأن يختار لون جدران منزله وديكوراتها، وأن يدخل عليه التحديدات كلما أراد، وأن ينظم حديقة منزله ويزرع بها ما يشاء، وأن يعتني بها، حتى أنه يستطيع تقديم الهدايا لأصدقائه، وأن يتقبل منهم الهدايا، باختصار فإنه يقدم للمشاركة إمكانية لأن يعيش داخل هذا المجتمع الافتراضي كما يريد (Cohen, 2009).

ويبدو أن أكثر مستخدمي الموقع من الشباب وطلبة الجامعات والمراحل

الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، أو المشاركة في مجموعات خاصة منهم؛ أصدقاء، حلقة دراسية، زملاء رحلة صيف، محبي مطرب، .. إلخ، غير أن الاشتراك لا يقتصر على الطلبة والشباب، فيوجد داخل (الفيس بوك) أيضا عدد كبير من الإعلاميين الذين وجدوا في (الفيس بوك) عالما آخر لهم، يشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم، وهناك كذلك العديد من المثقفين والأكاديميين الذين يتواصلون مع بعضهم ويتبادلون الأفكار والمعلومات.

وعلى حائط (الفيس بوك)، يمكن للأصدقاء أن يكتبوا ويعلقوا ما يريدون، ويمكنهم أن يستمعوا أيضا لصاحب الصفحة، وأن يستمعوا إلى موسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صورته الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، مذكراته، مواعيده، ماذا فعل بالأمس، صور أفضل أصدقائه، ومن الملاحظ أن (الفيس بوك) يلعب بشكل كبير على الحنين إلى الماضي، والبحث عن أصدقاء قدامى ربما فقدوا، والبحث عن ذكريات الطفولة، وتكوين مجموعات لفترات مرحلة المراهقة.

إن موقع (الفيس بوك) يحوي كما من التواصلات، والتشيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، ويوجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، ويقدر الموقع المتوسط الحسابي لعدد أصدقاء كل مشترك في 130 صديقا (facebook، م.س)، ولدى كل شخص صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد، وهو ما يطرح لدى الشباب رغبة لا تقاوم، في إظهار ذاته كما يود، فهو يفكر كيف يصنع صورته متفردة وغريبة، وكيف يضع في صفحته أشياء غريبة تختلف عن غيره ليشد بها انتباه الآخرين، فهو ما دام صاحب موقع، إن جاز التعبير، فله أن يفعل فيه ما يشاء يكتب على الحائط الخاص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق.

وتكمن خطورة التجمعات أو المجموعات التي على (الفيس بوك) في رأي الدكتور صفوت العالم أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة، في أنها قد تكون موطناً لنشأة الأفكار الشاذة والغريبة، وانطلاق الشائعات، غير أنه يرى أيضاً أنها تعبر عن رأي الشارع، والشباب على وجه التحديد على اعتبار أن أكثر مستخدمي الإنترنت من الشباب، فجميع الأحداث الجديدة نجد صداها أولاً بأول على (الفيس بوك) في مجموعات مختلفة، بعضها متصارع، فهناك بعض التجمعات الخاصة بمرق عمل برامج تلفزيونية مختلفة، وبعضها الخاص بفرق رياضية متناحرة، وبعضها للتعبير عن حالة عامة مثل الحزن أو الشعور بالوحدة، وبعضها لرملاء دفعة واحدة في إحدى الكليات، أو جروب لأصدقاء أحد الفنانين، أو الممثلين، أو الكتاب أو المطربين أو السياسيين (بقلاً عن أبو زيد، 2007، ملحق الإعلام ص 1).

ويضيف العالم أن تأثير (الفيس بوك) على الشباب أكبر، لأنه هو الأقرب إليهم الآن، وبالتالي فتقلهم بين صفحاته، وانضمامهم إلى مجموعات، يتيح لهم احتكاك أكبر بأشخاص مختلفين ذوي اتجاهات أيديولوجية مختلفة، غير أنه يرى أن الأكثر إثارة في هذا الأمر هو أن يتحول إلى "شوفينية" وكل شخص يتمركز حول ذاته، واتجاهه، فأسوأ ما في (الفيس بوك) في رأي الدكتور العالم، هو عندما تغيب سمات الشخصية، ويتعمد صاحبها إخفاءها، مما يجعل الررالات والسباب والشتائم تتوالى والعري المكري يعم، أو أن يقوم بإيذاء الآخرين بفكرة شاذة قد لا يوافق عليها المستخدم ذاته إذا عرف الناس شخصيته (بقلاً عن أبو زيد، ملحق الإعلام ص 1).

نظرة المتخصصين العرب لتأثير (فيس بوك) على الشباب العربي

لعل حال (الفيس بوك) كحال أي شيء في هذه الحياة، لا بد أن يكون له إيجابيات وسلبيات، وقد تختلف هذه الإيجابيات والسلبيات وفقاً لمتغيرات

عديدة، كالزمان والمكان والظروف وغيرها، فما يكون إيجابى في زمان أو مكان أو ظرف ما، قد يتحول إلى سلبى بتغير أي من تلك المتغيرات، وربما تكون هذه الحقيقة هي التي دفعتنا إلى ضرورة الوقوف عند بعض الجوانب من آراء الأكاديميين والمختصين العرب في تقييمهم لآثار (الفيس بوك) على الشباب العربى تحديداً، وما يمكن أن يعتبر أثراً سلبياً لموقع (الفيس بوك) في دول الغرب قد يكون إيجابياً في المجتمعات العربية، كما أن العكس قد يكون صحيحاً في جوانب أخرى.

الإعلامى ياسر الغسلان مؤسس موقع المفكرة الإعلامية (الغسلان، 2011)، يرى أن أبرز السلبيات في الإعلام الاجتماعي، وعلى رأسها موقع (الفيس بوك)، تتجلى في تمكين هذه التقنيات وفتحها الباب أمام بعض الأمراض الاجتماعية، كالعصرية والمناطقية والمذهبية، حيث وجدت تلك الأمراض متفصلاً لها عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، بالإضافة إلى مساهمته في تشجيع الشباب العربى على الاهتمام بالكماليات وتبنيه النمط الاستهلاكي نظراً لسهولة الوصول إلى هذه الكماليات، ومن جانب آخر يرى الغسلان أن أبرز إيجابيات الإعلام الاجتماعي، يكمن فيما يتعلق برفع سقف حرية التعبير، فالجيل الجديد والمجتمع أصبح أكثر رفضاً لمفهوم الرقابة، تلك الرقابة التي يعمل بها لحد الآن في الإعلام العربى التقليدي، ويورد : "إن 65 ٪ من المجتمع هم من الشباب، فنحن أمام تغيرات كبيرة في سلوكياتهم، ورغبتهم في الانفتاح، والتعامل بحرية أكبر، والرقابة ليست موجودة في الحمض النووي الخاص بهذا الجيل"، كما أنه يرى أن الإعلام الاجتماعي قد ساهم في زيادة الجرأة عند الشباب، إذ أصبح الشاب أكثر جرأة في التعبير عن رأيه، وتناول القضايا المختلفة، ولديه القدرة على التعبير باسمه الصريح، كما تلاشت الأسماء المستعارة بشكل كبير، وتم كسر حاجز الخوف والتردد والحجل، وهذا طريق للشباب ليصبحوا من خلاله فاعلين ومساهمين في

مجتمعاتهم بشكل إيجابي، ويضيف إلى أن المجتمع أصبح أكثر مشاركة في القضايا الاجتماعية، والقرارات التي تصدرها الدولة، والتي كانت سابقا محصورة في فئة المتعلمين تعليما عاليا، فالقضايا الاجتماعية تنال نصيبها من نقاشات الجمهور، وإبداء الرأي، مثل قضايا زواج القاصرات ومحاربة الفساد والفقر وغيرها من القضايا.

أما الدكتور اللان (اللبان، 2009) أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الإعلام في جامعة القاهرة، فقد أشار إلى أن ظهور الإعلام البديل متمثلا في شبكة الإنترنت و(الفيس بوك)، جاء كحركة احتجاجية أو كرد فعل عنيف للواقع الاجتماعي الذي فرضته تكنولوجيا الاتصال بتوفير وسائل نشر بديلة تتمتع بدرجة عالية من الحرية وسهولة الاستخدام وانخفاض الكلفة، وذلك للتخلص من سيطرة النخب الإعلامية على وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع، وغياب المصداقية في تلك الوسائل الإعلامية، وقال إن هذه المتغيرات هي التي جعلت من شبكة الإنترنت وموقع (الفيس بوك) شريكا حقيقيا في تصعيد الممارسة السياسية من خلال فتح نوافذ متسعة للجماعات السياسية التي لا تجد لنفسها منفذا للتعبير عن أيديولوجيتها عبر قنوات التعبير السياسي التقليدية، لذلك لجأت هذه الجماعات إلى الهروب من الواقع الحقيقي إلى الواقع الافتراضي.

ويرى الورداني (الورداني، 2009)؛ مدير موقع الحزب الوطني في مصر أن تدمير الشباب، والتقنيات التي أتاحها (الفيس بوك) في مجال الاحتجاج قد اصطدمت بعدم التمرس السياسي للحركات الاحتجاجية على الموقع، وأهمها حركة شباب 6 أبريل، التي فشلت - حسب رأيه - في بلورة نفسها كحركة شبابية نشطة تقود التعبير نحو المستقبل من خلال استخدام سلاح الإنترنت كآلية للتعبئة والحشد والتعبئة، وعانت من المشاكل التي طالما عانت منها الأحزاب والقوى السياسية الأخرى خاصة في مسألة الانقسامات الداخلية، والمبالغة في

تقدير عجز النظام عن التعلم من أخطائه، وقدرته على تصحيح أو تطوير سلوكه باتخاذ تصرف حديد حينما يتكرر حدوث موقف قديم، إضافة إلى سقوطها أسيرة لوهم العمل الإلكتروني، وعدم وصولها إلى أنسب تصور للعلاقة المثلى بين الفضاء المعلوماتي والمجتمع المحيط، وقدرتها على تحويل اهتمام المشاركين بالشأن العام إلى الانغماس فيه، وهو بالتالي يرى أن الشباب المشتركين بـ(الفيس بوك) سيقفون حيسى العالم الافتراضي، وهو لا يفترض خروجهم منه.

أما الدكتور ليلة (ليلة، 2009) أستاذ علم الاجتماع بكلية الآداب في جامعة عين شمس، فيذهب إلى أن تعامل الشباب مع موقع (الفيس بوك) يؤدي إلى عديد من الآثار الاجتماعية الإيجابية والسلبية على السواء، وهي الآثار التي تبدأ من إتاحة الفرصة للانفتاح على الآخرين، وهو الانفتاح الذي قد تكون له نتائج الإيجابية، كما قد تكون له نتائج السلبية، ومن النتائج الإيجابية التي أكدت عليها إحدى الدراسات أن التعامل مع موقع (الفيس بوك) يساعد الشباب على أن يكونوا منفتحين على الآخرين، ويساعدهم على التخلص من الوحدة التي يشعرون بها في سياقاتهم الواقعية، كما يساعدهم على التخلص من ضغوط الحياة، إضافة إلى مساعدتهم في تطوير علاقات اجتماعية، تساعد في التواصل مع الأصدقاء من خلال الموقع كديل للتواصل معهم في الواقع، وهو يساعد كذلك في تأكيد قدرة الشباب على التكيف مع مشاكلهم، في مقابل ذلك هناك بعض الآثار الاجتماعية السلبية التي يساهم فيها (الفيس بوك)، كالشعور بالملل أو الاكتئاب، بسبب قضاء وقت طويل في التعامل من خلال الموقع مع الآخرين، الأمر الذي يجعل الشاب أكثر قلقاً لأنه يعيش مشكلاتهم، يضاف إلى ذلك أن التفاعل من خلال الموقع مع الآخرين، من شأنه أن يؤثر على التفاعلات ذات الطابع الإجماعي كتلك التي تقع في نطاق الأسرة، الأمر الذي يعني أن إستغراق الشاب في تفاعلات المجتمع الافتراضي، يؤثر بطبيعته على درجة مشاركته في تفاعلات المجتمع الواقعي،

وعدم الاهتمام بقضايا وطواهرة، ويشير الدكتور ليلة إلى أن (الفيس بوك) يلعب دورا محوريا في تشكيل الكتلة الشبابية، لتؤسس ما يمكن أن يسمى "بشعب (الفيس بوك)" حيث تتأسس جماعة إلكترونية، يشارك فيها الشباب الذين يتمون إلى مجتمعات مختلفة، وإلى أعمار مختلفة نسبيا وإن كان داخل الحدود الافتراضية.

ويؤكد الدكتور عبدالله الوشمي (الوشمي، 2011) رئيس النادي الأدبي في الرياض، أن الإعلام الجديد هو سيد الموقف بالنسبة لمخاطبة الشباب، وأضاف أن (الفيس بوك) وتويتر والشبكات الاجتماعية هي المحرك الآن للشباب، وهالك هوة آخذة بالاتساع بين العلماء والمفكرين من حاسب، والشباب من جانب آخر، ذلك أن النخبة من علماء ومثقفين ومفكرين وتربويين لم يتناغموا مع هذه المسارات الفكرية، فغالبيتهم بعيدون عن نبض الشباب التقني، وكل رسائلهم الفكرية إلى الشباب لا تصل إليهم، وذلك لأنهم اختاروا الوسائل الإعلامية التي لا يحد فيها الشباب تطلعاتهم، فلقد انتهى عصر الصندوق الحشبي للاقتراحات والشكاوى الذي يعلق على حدران المؤسسة، وأصبح الصندوق الحقيقي هو ما يتم تداوله في الفضاء الإلكتروني، وسيتحول إلى صندوق أسود حين لا يتم التناغم مع متطلبات المرحلة.

ويلاحظ في نظرة المختصين العرب لأثار (الفيس بوك) على الشباب العربي أن الأولويات والتوجهات السياسية لأصحابها كانت تلعب دورا فاعلا في نظرتهم لتأثيرات الموقع، فقد كانوا يحكمون على تأثير هذا الموقع من خلال المقارنة بين ما ينشر فيه وبين مصالحهم أو توجهاتهم السياسية، وأقرب مثال على هذا؛ رأي الورداني مدير موقع الحزب الوطني في مصر، وهو الحزب الحاكم بمصر آنذاك، فقد كان غير متفائل في قدرة (الفيس بوك) على صقل أفكار الشباب وتوجهاتهم، وجعلها قابلة للتطبيق على أرض الواقع، فكان يرى أن ما يبدأ في العالم الافتراضي، يبقى افتراضيا، أما الأكاديميون فقد كان تأثير

الجانب السياسي أقل وطأة في آرائهم، وبدوا أكثر موضوعية، فتناولت آراؤهم التأثيرات الاجتماعية والنفسية، وإن تأثر بعضهم بالجواب السياسية.

نظرة المجتمعات العربية لتأثير (المفيس بوك) على شبابها

كان الاعتقاد السائد أن موقع (المفيس بوك) لا يتم ارنياه واستخدامه إلا من قبل المراهقين، وأنه لا يستخدم إلا لأعراض سيئة، أو في أفضل الأحوال لتمضية الوقت بدون أي فائدة مرجوة، وأنه يتسبب في هدر طاقات الشباب، ذلك أنهم يستخدموه فقط للدردشة، خصوصا بين الشباب الذكور والفتيات، وللإستماع للأعاني الهابطة، أو للعب على الألعاب المتاحة فيه، أو ما إلى ذلك (مختار، 2008).

لكن وعلى ما يبدو أن تلك النظرة وهذه الآراء قد تراجعت وانحسرت بشكل فجائي بعد الثورات العربية، وتحديدًا؛ بعد ثورة 25 يناير 2011 في مصر، والتي أطاحت برئيس الجمهورية محمد حسني مبارك، فاختلفت وجهات النظر في الدور الذي لعبه موقع (المفيس بوك) بهذه الثورة، البعض بقي مصرا على عدم إعطاء دور فاعل له، وأقر البعض بدوره مع التحفظ، حيث ذكر المفكر العربي عزمي بشارة أن مواقع التواصل كان لها تأثيرا كبيرا في ثورة تونس، لكنه رفض التهويل بتأثيرها في مصر، وقال "لو جلس الجميع على المفيس بوك لما قامت الثورة.. لقد أصبح كل من لديه فيسبوك يظن أن له دورا كبيرا في صناعة التاريخ.. هذه المواقع قامت فقط بدور التعئة الأيديولوجية في الثورات"، وفي ذات الوقت فإن البعض بات يرى أن (المفيس بوك) قدم للثورات ما لم يكن ممكنا لها بدونها أن ترى النور، حيث وصف البعض الثورات على أنها ثورات (المفيس بوك)، وهالك من أطلق على شباب الثورة تسمية جيش (المفيس بوك) (ندوة أسباب ونتائج ثورة الشعب التونسي وانعكاساتها على الساحة العربية، 2011).

إلا أن تتبع ما كان ينشر على بعض صفحات (الفيس بوك) يمكن أن يساعد في الخروج بحكم أكثر دقة في دور (الفيس بوك) في هذه الثورات، إذ يصعب إنكار أن (الفيس بوك) قدم للشباب مساحة من الحرية لم تكن متاحة لهم على أرض الواقع، فتجمعوا على صفحاته، وعبروا عن ضيقهم، ثم بدأ بعضهم بعملية عفوية للتعبئة وشحذ الهمم، ثم تحولت هذه العفوية إلى تعبئة مقصودة، فكسروا حاجز الخوف من قمع النظام، وجاءت ثورة تونس لتعطيهم الأمل والثقة بقوتهم؛ فبرزت المرحلة الأخيرة على صفحات (الفيس بوك) والتي تمثلت في تنظيم الشباب لأنفسهم وتحديد لحظة الحقيقة، ونزل شباب (الفيس بوك) إلى الشارع (صفحة الـ facebook "حركة شباب 6 إبريل") (صفحة الـ facebook "كلنا خالد سعيد").

فلم يكن أحد يتنبه أن الشباب المصري كان على مشارف ثورة تتفاعل على صفحات إلكترونية لموقع ينظر إليه كمجتمع افتراضي، لكن هذا المجتمع كان ينمو منذ عام 2008 بالتزامن مع إصرار عمال المحلة الكبرى شمال القاهرة، حيث تأسست صفحة "حركة شباب 6 إبريل"، ثم جاءت قضية الشاب الإسكندري خالد سعيد، الذي انهال عليه شرطيان بالضرب حتى الموت، ثم ألقيا به في الشارع جثة هامدة، فتحوّلت قضيته إلى قضية عامة بعثت غضبا في قلوب الملايين ودوت في الفضاء الإلكتروني، وتأسست صفحة الـ face-book "كلنا خالد سعيد"، وتلت هذه القضية عدة قضايا تعذيب، الأمر الذي أدى إلى فكرة إطلاقها صفحة كلنا خالد سعيد في التاسع من يناير، مفادها تحويل عيد الشرطة الذي يصادف الـ 25 من يناير إلى حملة يقوم بها الشباب ضد التعذيب، ودعم الاقتراح أكثر من 1300 من بين أعضاء الصفحة الذين تجاوز عددهم يومها ربع مليون، في هذه الأثناء كانت ثورة تونس الملتهبة قد نجحت في إرغام رئيسها زين العابدين بن علي على الهروب، فأكد شباب صفحة "حركة شباب 6 إبريل" أن الجيل العربي الجديد مصمم على التغيير، واقترحت صفحة "كلنا خالد سعيد" أن تصدر مطالب الـ 25 من يناير إقالة

ورير الداخلية حبيب العادلي، فدعا الشباب إلى اجتماع تحت عنوان "نقدر
نعمل إيه علشان بقى ري تونس" حينها كتبت إسماء عبد المتاح وهي من
مؤسسي "حركة شباب 6 إبريل": "ثورة ثورة حتى النصر، ثورة في تونس
عقال مصر"، وناقش الشباب في صفحة "كلنا خالد سعيد" محددًا تاريخ
التظاهرات، اقترح البعض أن تكون الانطلاقة يوم الجمعة 21 يناير لتتلاقى
المظاهرات من المساجد بعد الصلاة، لكن الأغلبية أكدت على الثلاثاء 25 يناير
يوم عيد الشرطة، على أن تكون الجمعة التالية 28 يناير هي جمعة الغضب.
ووصل الأمر بشباب الـ facebook في ذلك الوقت إلى نشر صياحه قرار نسحي
لمبارك، وفي 21 يناير أكد أكثر من سبعين ألفًا بأنهم سيترلون للشوارع
ويشاركون في يوم الثورة، وأرسل المئات صورهم وأسماءهم الحقيقية، بما
يؤكد أنهم كسروا حاجر الخوف، ولم يكن ممكناً لثورة أن تصح ثورة وهي
حيصة العالم الافتراضي. وبدأ في هذا الوقت أن العالم الافتراضي قد اقترب
من الواقع حتى كاد أن يلامسه، عسق الشباب جهودهم في إعلام غير
المشاركين بـ(الفييس بوك) عن خطة النزول للشوارع يوم 25، وطبعت
الإعلانات ووزعت من قبلهم على أبواب المنازل وأرسلت رسائل قصيرة
عشوائية على الهواتف المحمولة لتعميم المكرة، الغريب أن الأمن المصري لم
يعر كل هذه التحركات أية أهمية، واكتفى بإزالة بعض صور جمال مبارك من
وسط القاهرة، تحسباً للمظاهرات وألقي القبض على عدد من صط وهو يورع
بيان 25 يناير، وتم تحديد أماكن وتوقيت المظاهرات في القاهرة والمحافظات،
وأعلنت الهتافات الموحدة، ونشرت أرقام هواتف المحامين في حال التعرض
للاعتقال أو الأذى، وما أن نزل الشباب إلى الشارع، حتى تنبه النظام المصري
لخطورة الوضع، فقطع الإنترنت وخدمات الهواتف المحمولة، وبهذا لم يجد
شباب المجتمع الافتراضي على (الفييس بوك) غير العالم الحقيقي أمامهم،
وكان ما كان (صفحة الـ "facebook حركة شباب 6 إبريل") (صفحة الـ face-
book "كلنا خالد سعيد") (الجزيرة، 2011/3/15).

الفصل الثالث

الشباب والأسرة

مقدمة

المبحث الأول: الشباب

المبحث الثاني: الأسرة

المبحث الثالث: التنشئة الأسرية

المبحث الرابع: تراجع دور الأسرة في عصر التكنولوجيا

3

الفصل الثالث

الشباب والأسرة

مقدمة

تعتبر طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات التي تعكس طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، وبدون التجاور عن اعتبار أن الأسرة هي الركيزة الأساسية لاستمرارية الذاتية الثقافية للشعوب وتوارثها، فهي ووفقا لأبرز وظائفها؛ تعتبر أهم المؤسسات الاجتماعية والتربوية المسؤولة عن تزويد الجيل الجديد بالتربية والتعليم واكتساب الخبرات والمهارات والمؤهلات العلمية والتقنية لنهوض المجتمعات ورفقها وتقدمها، عن طريق زرع الخصال القيمة والسلوكية الإيجابية في أبنائها، ورعايتهم من كل الجوانب، وإكسابهم أسس ومبادئ ومقومات الثقافة والتربية والتعليم لكي يكونوا قادرين على المشاركة الفاعلة في بناء المجتمع وتطويره في كافة المجالات، مع الأخذ بطبيعة الحال أن ضعف أو تراجع التواصل داخل الأسرة، يؤدي - على الأغلب - إلى اختلالات في تلك الوظائف.

المبحث الأول

الشباب

التحديد - السمات - أثر التكنولوجيا

المعنى اللغوي

الشباب لغة يأتي من مادة شبّ أو شيب، وهو جمع شاب، وأيضا الشبان والشابات والشبية، وتعني الحداثة، وهو خلاف الشيب، نقول شبّ العلام، ويشب شبابا وشبيبة، وامرأة شابة، وهذا كله يؤدي إلى نفس المعنى (كعبان، 1998، ص 127).

المعنى الاصطلاحي

عرفت الجمعية العامة للأمم المتحدة لدى التحضير لإقامة السنة الدولية للشباب التي وافقت العام 1995 فئة الشباب على أنهم؛ الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 15-24 سنة، وبهذا أصبحت جميع المنظمات التابعة للجمعية العامة للأمم المتحدة تعتمد هذه الفئة العمرية للتعبير عن الشباب، وهذا السن هو المستخدم في مجمل الإحصائيات العالمية للتعبير عن الشباب (United Nations, 2009).

وحدد مؤتمر وزراء الشباب العرب مرحلة الشباب في ضوء ما اتفقت عليه المنظمات الدولية بأنها الفترة التي تمتد بين سن الخامسة عشر إلى سن الخامسة والعشرين (حامد، 1999، ص 15).

وعرف معجم العلوم الاجتماعية الشباب بأنهم الأفراد في مرحلة المراهقة أي الأفراد بين مرحلتي البلوغ الجنسي والنضج، ويستعمله بعض العلماء ليشمل المرحلة من العاشرة حتى سن الحادية عشر، إلا أن الفترة التي تنتهي منها مرحلة الشباب غير محددة وقد قيدها البعض إلى سن الثلاثين (مرعي، 2007، ص 12).

واعتبر دريفر Dreve أن مرحلة الشباب تبدأ زمنياً من 16 عاماً وتستمر حتى 25 عاماً، وتبدأ من مرحلة المراهقة المتأخرة وتمتد حتى سن الرشد. (Coon and Mitterer، 2007).

كما عُرِفَت فئة الشباب "بأنها فترة العمر التي تتميز بالقابلية للنمو يمر فيها الإنسان بمراحل حيوية تتميز بالقابلية للنمو الذهني، والنفسي والاجتماعي والبدني والعاطفي" (أحمد، 2003، ص18).

تحديد مفهوم الشباب

يختلف الكثير من الكتاب والدارسين حول حدود مرحلة الشباب فثمة من يحددون بداياتها بتحطّي مرحلة البلوغ أو اكتمال النضج الجنسي، ويحدث ذلك عند سن الخامسة عشرة، أو قبلها بقليل، وتعطي مرحلة الشباب مدة عشر سنوات تقريباً، وتنتهي في الخامسة والعشرين أو ما حولها (حجازي، 1985، ص27).

وهناك من يحددون بدايتها بسن الثالثة عشرة، ونهايتها سن الواحدة والعشرين (حلمي، 1965، ص 17)، ويوجد من يبدأها بالرابعة عشرة ويحدد فترتها الأولى بنهاية الثامنة عشرة، ويصل بفترة الثانية أو المتأخرة-إلى سن السابعة والعشرين (عبد القادر، 1975، ص8)، ويرى آخرون أنها تغطي الفترة من سن السابعة عشرة حتى السابعة والعشرين أو ما بعدها (تركي، 1974، ص17) بل إن بعض الباحثين يبدءون بها عند الخامسة عشرة ويصلون بنهايتها إلى حدود الثلاثين (نجاتي، 1974، ص 59). ويراها آخرون عصية على التحديد، تختلف بدايتها ونهايتها من فرد إلى فرد، ومن جنس إلى جنس، ومن ثقافة إلى أخرى (معوض، د.ت، ص26).

في حين أن هناك من يرى أن الشباب ظاهرة اجتماعية تحض أساساً مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، حيث تبدو خلالها علامات النضج

الاجتماعي والنفسي والبيولوجي، وتتوجه بعض المجتمعات إلى تحديد بداية مرحلة الشباب ونهايتها وفق معايير خاصة بها حيث تلجأ بعض المجتمعات التقليدية إلى اعتماد طقوس اجتماعية خاصة بالشباب، إلا أن هذه المعايير تختلف كلما زادت المجتمعات تعقيدا وتركيبا وتباينا، نتيجة تطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية وتغير النظم السياسية، فتصبح عملية تحديد بداية مرحلة الشباب إحدى مظاهر التطور الاجتماعي، حيث يرتبط هذا التحديد بالتطورات التي تطرأ على النظام التعليمي في المجتمع والذي يؤدي إلى جعل الشباب يمثلون فئة اجتماعية لها وزنها في المجتمع المعاصر (كفالي، 2006، ص 219).

وهناك من يميل إلى تحديد مفهوم الشباب على فترة زمنية تبدأ من 16-25 سنة، باعتبارها الفترة التي يكتمل فيها النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظائفه المختلفة، غير أن معظم هذه المفاهيم تستخدم إطارا بيولوجيا في الغالب يعتمد أساسا فكرة النضج البيولوجي، وبذلك فهي تحدد فترة الشباب من جانب عصوي أي كل ماله علاقة بالتطور البيولوجي لدى الفرد، حيث يؤكد البيولوجيون أن نقطة بداية الفترة تتمثل في حدوث تحولات واسعة وعميقة في ملامح جسم الشاب، إذ تتلاشى عندها الرهافة ودقة السمات المميزة للطفولة وتحل محلها حالة من القطاظة النسبية الناتجة من اختلاف نسب أعضاء الجسم وأطرافه خاصة اليدين والساقين، ولكن فترة الشباب لا تتضمن التغيرات البيولوجية فحسب، بل تتضمن أيضا تغيرات بيئية، نفسية، تجعل الشباب أهم فئة في المجتمع (محمد، 1985، ص 25).

ويلاحظ على العموم، أن وجود الفروق لدى المختصين في تحديد مفهوم الشباب يعود عاليا إلى اختلاف النقاط المرجعية أو المعايير التي يعتمد الباحثون عليها في التحديد من جهة، وإلى اختلاف السياقات أو الظروف التي تلاحظ فيها الظاهرة من جهة أخرى، فالبعض يهتم بالنمو الجسمي والجنسي، وآخرون يهتمون بالنمو النفسي، وفريق ثالث يركز على تغير الوضع الاجتماعي والأدوار

الاجتماعية، وتختلف السباقات باختلاف الطابع الحضاري، والبطام الاجتماعي، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي، وما إلى ذلك.

وتشهد مرحلة الشباب نموا وتحولات هامة وسريعة، فعلى الرغم من أن النمو أمر غير جديد بالنسبة للشباب، فهم ينمون منذ أن خلقوا، إلا أن تجربة النمو في مرحلة المراهقة أو بداية الشباب تعتبر تجربة فريدة بالنسبة لهم بالطرق إلى شمولها وسرعتها والنتائج الهامة التي تترتب عليها سواء بالنسبة لهم أو بالنسبة للمجتمع، حيث تشهد هذه المرحلة تحولات واضحة وهامة في اهتمامات الشباب الاجتماعية وسلوكهم الاجتماعي، وبالنظر إلى خطورة هذه التحولات، والسرعة - وربما الفجائية - التي تتحقق بها، فإنها تترك أثرا بعيدا المدى في نفسياتهم، وتتسبب بتغيير أو نشأة حيثيات وجوانب عديدة في حياة الشباب، حتى أن بعض علماء الاجتماع يطلقون على هذه الفترة مسمى "أزمة بداية الشباب"، ويعتبرون أن أخطر جوانب أزمة بداية الشباب هي ما يعرف باسم "أزمة الهوية" التي تنشأ من عدم قدرة الشاب على فهم ذاته الجديدة، وتقبلها، والتعامل معها، وهي أزمة يتوقف على حلها استمرار نضوج الشخص بشكل سوي، وهذا في نظر البعض، هو مصدر كثير من المشكلات في هذه المرحلة (سويف، 1970، ص 227-277).

وبهذا تعتبر مرحلة الشباب، مرحلة تغير جذري كمي وبوعي في ملامح الشخصية من ناحية أولى، وهي من ناحية ثانية، مرحلة تغير سريع متلاحق لا يترك لبعض الأفراد فرصا كافية لإعادة التنظيم والتكيف، ومن ثم فهي فترة يصطرب فيها أتران الشخصية، ويرتفع مستوى توترها بحيث تصبح معرضة للانمحارات الانفعالية المتتالية وتختل علاقاتها الاجتماعية بأعضاء الأسرة وأصدقاء المدرسة، وهي من ناحية ثالثة، عملية غير بسيطة، تتميز بدرجة عالية من التعقيد والتشابك، وتتداخل فيها عوامل حسية وبسنية واجتماعية وحصرية عديدة، تلعب بشكل أو بآخر دورا حاسما في تحديد مسارها

وبتائجها، ولهذا فإنها، من ناحية أخيرة، تختلف في مسارها وما يترتب عليها من مجتمع إلى آخر، ومن حضارة فرعية إلى حضارة فرعية أخرى (عبد القادر، م. م. س، ص 53).

إذن يمكن مما سبق استخلاص أن مرحلة الشباب هي المرحلة التي تتحلل أو تختفي خلالها العادات التوافقية الطفولية، وتكتسب فيها عادات توافقية جديدة تلائم المعطيات الفسيولوجية والعقلية والاجتماعية التي يعيش فيها الشاب بعد أن تتاح له فرص إدراكها، وهي عملية يتحول فيها الطفل تدريجياً إلى الرشد عبر حلقات متصلة من الإعداد الاجتماعي المقصود وغير المقصود

سمات وخصائص الشباب

هناك سمات وخصائص عامة للشباب في هذه المرحلة، أهمها (عليوة ومحمود، 2001، ص 56-57):

1. الميل الاجتماعي، فالشباب اجتماعي بطبعه، وهذا يعني الميل الطبيعي للانتماء لمجموعة اجتماعية يعطيها وتعطيه.
2. الديناميكية، ذلك أن الشباب طاقة للتغيير والتشكيل.
3. طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة والاستقلالية وازدياد مشاعر القلق، والمثالية المزهوة عن المصالح والروابط.
4. فصول وحب استطلاع، فهو يبدو دائم السؤال والاستفسار في محاولة لإدراك ما يدور من حوله والإلمام بأكبر قدر من المعرفة المكتسبة مجتمعياً.
5. برور معالم استقلالية الشخصية، والنزوع نحو تأكيد الذات.
6. ميل قوي إلى النقد، لأنه ينطلق من مثاليات أقرب إلى الطوباوية، ونقده يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره المثالي.
7. لا يقبل بالضغط والقهر مهما كانت الجهة التي ترأس هذا الضغط عليه.

- سواء كانت سلطة أو أسرة، وهذا السلوك جزء من العنفوان الداخلي للشباب والاعتداد بالنفس وعدم الامتثال للسلطة كتوجه تقدمي.
8. درجة عالية من الديناميكية والحيوية والمرونة، المتسمة بالاندفاع والانطلاق والتحرر والتضحية.
9. بدء التفكير في خيارات الحياة والمستقبل، الزواج، التعليم، الثروة
10. اضطراب اتران الشخصية وارتفاع مستوى توترها، حيث تصبح معرضة لانفجارات انفعالية متتالية واختلال علاقاتها الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء وغيرهم.
11. قدرة على الاستجابة للمتغيرات من حوله وسرعة في استيعاب وتقبل الحديد المستحدث وتبنيه والدفاع عنه، وهذه السمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه وإن لم يشارك في صنعه.

أثر تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات على الشباب

يتفق التربويون وعلماء الاجتماع أن تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات قد أثرت تأثيرا بالغا على الشباب، لكنهم يختلفون في تحديد طبيعة هذا التأثير؛ ذلك أن بعضهم يرى العديد من الإيجابيات التي يجنيها الشباب من التطور الذي يشهده عصرنا في تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات، في حين يرى بعض آخر العديد من السلبيات الخطيرة التي تواجه الشباب نتيجة هذا التطور.

حيث يرى المتفائلون من التربويين وعلماء الاجتماع، أن تكنولوجيا الاتصالات وتطبيقاتها المختلفة تساعد الشباب على تنظيم أسلوب حياتهم وطريقة تفكيرهم، كما تعزز التماسك الاجتماعي وتطور أنماط التفاعل الاجتماعي من خلال تدعيم التفاعل مع كافة المستويات لديهم، وبالتالي فإنها

تساهم في تطوير ودعم التراث الثقافي والإنساني العالمي، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الحوار الاجتماعي بين الشعوب ومن ثم تكوين صداقات جديدة مع مجموعات ذات اهتمام مشترك تسهل معها عمليات الاتصال والتعامل عبر المسافات بين الأجيال (إبراهيم، 1998، ص 88).

في حين أن الجانب الآخر منهم يعبرون عن مخاوفهم على الشباب من هذا التقدم السريع، فهم يرون أنه يؤدي إلى الفردية، وقلة فرص العمل، وزيادة البطالة، نظرا لإحلال التكنولوجيا محل العمالة، واحتفاء الخصوصية، وتسطيح المعلومات، مما يترتب عليه ضياع الهوية القومية والثقافية للشباب، ومن ثم انهيار القيم والأخلاق، حتى أن فريقا منهم تصل مخاوفه وتحفظاته إلى درجة اعتسار أن التغيرات التي تحققت في مجال تقنية الاتصالات والتي سمحت بقدر كبير من تبادل المعلومات وخدمات الاتصال ساهمت في زيادة شعور العزلة لدى الشباب وانسحابه من دائرة العلاقات الاجتماعية، وهذا أدى إلى زيادة معدلات الجريمة والعنف والانحراف بين الشباب (العصيل، 2001، ص 26-30).

المبحث الثاني

الأسرة

التحديد - السمات - أثر التكنولوجيا

الأسرة

تمثل الأسرة الوحدة الأساسية التي يقوم عليها المجتمع، وهي الوحدة الاجتماعية الصغرى التي تعكس حال المجتمع، فإذا كانت قوية أو ضعيفة متمسكة أو مفككة، يكون المجتمع مثلها، كذلك فإن أي تغيير يطرأ على المجتمع، ينعكس عليها. فالأسرة تؤثر وتتأثر في المجتمع بشكل كبير ومتبادل، حيث تشير الدراسات الأنثروبولوجية إلى أن الأسرة ومنذ المراحل الأولى من مراحل التطور الاجتماعي شكلت أساس الوجود الاجتماعي، وعن طريقها حقق الفرد ذاته (الشلان، 2004، ص 121).

تعريف ومفهوم الأسرة

على الرغم من اختلاف وجهات النظر نحو تعريف الأسرة، إلا أن هناك اتفاق حول أهمية الأسرة كنظام اجتماعي يؤدي إلى وظائف ضرورية حيوية للمجتمعات الإنسانية. ومن بين هذه المفاهيم نجد أن الأسرة هي بمثابة الوحدة الأساسية التي يقوم عليها هيكل المجتمع، فالأسرة كإحدى وسائل التنشئة الاجتماعية تعتبر من أهم الأساق المسؤولة عن نقل ثقافة المجتمع لأعضائها، وتلقين أفرادها معايير السلوك والاتجاهات والقيم.

ويعرفها كورت بأنها: "الخللية الأولى في جسم المجتمع وأنها النقطة الأولى التي يبدأ منها التطور وأنها الوسط الطبيعي الاجتماعي الذي ترعرع فيه الفرد" (نقلا عن يومي وناصر، 2005، ص 20).

أما جورج ميردوك فيعرفها على أنها: "جماعة اجتماعية يقيم أفرادها جميعا في مسكن مشترك، ويتعاونون اقتصاديا ويتناسلون، وهذه الجماعة تتكون من ذكر وأنثى بينهم علاقة اجتماعية يقرها المجتمع" (نقلا عن وصفي، 1971، ص 165)

ويعرفها حسين عبد الحميد أحمد رشوان بأنها: "تعني من الناحية السوسيولوجية جماعة تربط أفرادها بروابط الدم والزواج، ويعيشون معيشة اجتماعية واحدة مما يترتب عليه حقوق وواجبات بين أفرادها كإعانة الأطلال وتربيتهم" (نقلا عن زياني، 2005، ص 85).

كما تعرف بأنها: "الوحدة الأولى للمجتمع وأولى مؤسساته التي تكون العلاقات فيها في الغالب مباشرة ويتم داخلها تنشئة الفرد اجتماعيا، ويكتسب فيها الكثير من معارفه ومهاراته وميوله وعواطفه واتجاهاته في الحياة، ويجد فيها أمنا وسكنا" (نقلا عن عقلة، 1989، ص 17).

وعرفت سناء الخولي بأنها: "جماعة اجتماعية أساسية ودائمة، ونظام اجتماعي ورثي، وهي ليست أساس وجود المجتمع فحسب، بل هي أساس الأخلاق والدعامة الأولى لضبط السلوك والإطار الذي يتلقى منه الإنسان أول دروس الحياة الاجتماعية" (الخولي، 1972، ص 1).

وبهذا تعتبر الأسرة من أهم المؤسسات الاجتماعية والتربوية المسؤولة عن تزويد الجيل الجديد بالتربية والتعليم واكتساب الخبرات والمهارات والمؤهلات العلمية والتقنية التي تعد السبيل الوحيد لنهوض المجتمعات المعاصرة ورفقها وتقديمها، لذا نجد أن الأسرة تسعى من أجل ررع الحصال القيمة والسلوكية الإيجابية عند الأحداث والمراهقين والشباب، ورعايتهم من كل الجوانب، ومن أجل اكتساب أسس ومبادئ ومقومات الثقافة والتربية والتعليم، لكي يكونوا قادرين على المشاركة الفاعلة في بناء المجتمع وتطويره في كافة المجالات (الحسن، 2005، ص 141).

إن الأسرة في المجتمع خلية هامة ورئيسية لتربية الطفل وتنشئته، فالولد يقضي ثلثي حياة الطفولة مع والديه في البيت ويأخذ من تلك البيئة صفاتها ومقوماتها وينشأ على القواعد النفسية والاجتماعية المؤسسة عليها (الجبلي، 2000، ص 54).

فهناك عدد من الحاجات التي يحتاجها الطفل، ولا يمكن -على الأغلب- إشباعها إلا من خلال الأسرة، فالطفل يحتاج إلى إشباع عدد من الحاجات النفسية التي يؤدي احتلال أي منها إلى شعوره بالتوتر وعدم التوازن، ومن أبرز هذه الحاجات، الحاجة إلى الحب، والأمن، والانتماء، والرضا عن النفس، والثقة بها، وتحقيق الاستقلال النفسي والمادي، وإلى النجاح، وتقدير الآخرين، واللعب، وإلى وجود المثل الأعلى، والسلطة الموجهة التي تعينه على تكوين الإرادة، وساء الصمير الحي (قاسم، 1998، ص 117).

إذ تقوم الأسرة بإشباع حاجات الفرد وتحقيق إنجازات المجتمع عند قيامها بوظائفها الاقتصادية والتشريعية والتنفيذية والقضائية والدينية والتربوية، وتنظيم الإنجاب وإعالة الطفل، وترى ساء الخولي أن من وظيفة الأسر إنجاب الأطفال والمحافظة الجسدية على أعضائها ومنحهم المكاة والتنشئة الاجتماعية، وعلى ذلك يمكن أن تصنف أهم وظائف الأسرة على النحو التالي (القطار، 1990، ص 159):

1. حفظ النوع البشري وفق قواعد بشرية مبنية على الأخلاق بقصد التعمير والاستمرار.
2. تربية الأطفال وإكسابهم العادات والمعتقدات والخبرات اللازمة لهم وتنمية الشعور بالانتماء الأسري والاجتماعي وتكوين شخصيتهم.
3. توفير الأمن والطمأنينة للطفل ورعايته في جو من الحنان والمحبة، إذ يعثر ذلك من الشروط الأساسية التي يحتاج إليها الطفل كي يتمتع بشخصية

متوازنة، فتلقنه العناصر الأساسية لثقافة الجماعة ولعنتها وقيمها وتقاليدها ومعتقداتها.

4. تأمين الاستقرار النفسي لأفراد العائلة وتفرغ الشححات العاطفية، بتوفير علاقات الاهتمام والتكامل لأفرادها، والأمن النفسي لحلق إنسان مترن ومستقر يشعر بالانتماء الأسري.

5. القيام بوظيفتها الحصارية بإنجاب الأطفال وتربيتهم ليتلاءموا مع الجيل الحاضر، ومنع أفرادها من اقتراف السلوكيات غير الاجتماعية التي لا تتفق وقيم المجتمع.

6. القيام بوظيفتها الاقتصادية بتوفير الاحتياجات والمتطلبات اللازمة للحياة وتحقيق الأمن الأسري المادي.

7. تعكس الأسرة على المجتمع صماتها فهي التي تكوّن الطفل وتصوغه، وتحدد ميوله وتسد حاجاته وهي بذلك تعمل أولاً على تكامل شخصيته.

في حين يلخص عباد الوظيفة التربوية للأسرة في محورين أساسيين هما (عباد، 1997، ص123):

1. أنها الأداة لنقل الثقافة والإطار الثقافي إلى الطفل، فمن طريقها يعرف ثقافة عصره ويثته على السواء، ويعرف الأنماط السائدة في ثقافته.

2. أنها تختار من البيئة الثقافية ما تراه هاماً، وتقوم بتفسيره وتقويمه وإصدار الأحكام عليه مما يؤثر على اتجاهات الشاب؛ ومعنى ذلك، أن الشاب ينظر إلى الميراث الثقافي من وجهة نظر أسرته، مما يجعله يتأثر بنوع الآمال التي تصنعها الأسرة لمستقبلها، فهي تنقل الميراث الثقافي بطريقتها الخاصة، وتطبع الثقافة عند نقلها إلى أبنائها بصورتها الخاصة، ومن هنا تتكون معالم الشاب وقيمته، ولا يستطيع أن ينعم بالاستمرار والهدوء في حياته ومجتمعته إلا إذا امتص هذه المعايير والقيم واعتبرها جزءاً من كيانها

كما تقوم الأسرة في نطاق عملية التنشئة الأسرية بالأدوار التربوية التالية (الفراح، 1982، ص 89):

1. لها دور تربوي متفرد في المراحل الأولى من عمر الطفل فهي المختصة بالحضانة والتربية.
2. تعد المؤسسة الأساسية في تعليم الطفل الأخلاق والقيم الدينية في جميع المراحل.
3. تقوم بعرض القواعد الأولى في التكوين والتنشئة عن طريق الثقافة المنزلية الرامية إلى تشكيل وجدان الطفل.

المبحث الثالث

التنشئة الأسرية

المفهوم - الخصائص - الأدوار

مفهوم التنشئة الأسرية

يعرف علماء الاجتماع التنشئة الأسرية بأنها عملية استدخال المهارات والقيم والأخلاق وطرق التعامل مع الآخرين عند الفرد، بحيث يكون الفرد قادراً على أداء مهامه ووظائفه بطريقة إيجابية وفاعلة تمكنه من تحقيق أهدافه الذاتية وأهداف المجتمع الذي ينتمي إليه ويتفاعل معه، فهي عملية لاستدماج الفرد في الإطار الثقافي العام؛ أي خلق آلية أو (ميكانيزم) عقلية لاشعورية يتشرب بواسطتها الإبن المعايير والقواعد الموجهة والضابطة للسلوك من البيئة الأسرية والمجتمعية، فقد عرفت التنشئة الأسرية بأنها طريقة صقل خبرات ومهارات وقيم الفرد في مجال يمكنه من إحراز التكيف الاجتماعي والحضاري للوسط الذي يعيش فيه. (الحسن، 2005، ص 239).

وهناك من عرف التنشئة الاجتماعية على أنها ضرب من ضروب التعلم والتربية الاجتماعية تؤديه الأسرة بطريقة تمكن الفرد من إحراز القبول والرصا الاجتماعي من قبل الآخرين، وتمكنه من اكتساب خبرات وتجارب جديدة تجعله ممثلاً حقيقياً لكل الاجتماعي (الحسن، م س، ص 234).

خصائص التنشئة الأسرية

للتنشئة الأسرية مجموعة خصائص تمثل في العمليات التالية (القحطاني، 2003، ص 30):

1. عملية تعليم وتعلم وتربية تقوم على التفاعل العائلي والاجتماعي، وتستهدف إكساب الفرد سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية تمكنه من مسايرة الجماعة والتوافق معها.

2. عملية اجتماعية أساسية تعمل على تكامل الفرد في جماعة الأسرة ثم الجماعات الأسرية الأخرى.
3. عملية إيجابية بنائية مندرجة، فهي تغرس وتستدمج في أفراد الأسرة المكونين للمجتمع المعايير والقيم.
4. عملية تتأثر بفلسفة وثقافة المجتمع، ومن ثمة فهي عملية متغيرة تختلف من مجتمع لآخر ومن جيل لآخر.
5. عملية تتسم بالشمول والتكامل فهي تشمل كافة أفراد المجتمع، كما أنها تربط بين النظم الاجتماعية والمؤسسات وتنسق بينها.

دور أفراد الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية

تلعب الأسرة دوراً هاماً في التنشئة الاجتماعية، إذ يتلقى الأبناء تدريباتهم الأولى في الحياة من خلالها، حيث يعتمدون اعتماداً كبيراً على الوالدين، مما يؤدي إلى تكوين علاقة عاطفية وثيقة بين الآباء والأبناء، فعدم وعي الوالدين بمسؤوليتهما تجاه الأبناء واستخدامهما القسوة الزائدة أو التدليل في التنشئة عادة ما يكون له آثار سلبية على الأبناء (حسن، 1980، ص 68).

ذلك أن دور الأسرة في التربية بصفة عامة، وفي تربية الأبناء بصفة خاصة، لا يماثل أي دور لمؤسسة تربية أخرى، لما لهذا الدور من أثر في تشكيل شخصية الفرد تشكيلاً يبقى معه بعد ذلك بشكل من الأشكال، ونظراً لأن الكبار أكثر مرونة وقدرة، يقع عليهم العبء الأكبر، فيتغير سلوكهم ليتناسب مع القدرات الطبيعية للأطفال (بدير، 2004، ص 148).

وبعد الآباء الأعمدة الأساسية للبيئة المحيطة بالأبناء، وكذلك الإخوة، فما تقدمه هذه الأطراف، يحدد نوع البيئة التي يترعرع فيها الابن، أي أنهم يقدمون له النموذج الذي يعيش فيه.

دور الأم:

الأم هي المدرسة الأولى في حياة الإنسان، لما لها من دور عظيم في إعداد وتنشئة أجيال المستقبل، وعلى عاتق الأم تقع أكبر المسؤوليات في إعداد الأولاد وتوجيههم ليكونوا ماهياتهم، واستعداداتهم، وطاقاتهم الشخصية، وبهذا فإن أهم الأدوار التي تقوم بها الأم ما يلي (مختار، 2004، ص 44-53):

1. من الناحية الفسيولوجية: الإرضاع، التغذية المتوازنة، وتعويد الطفل على النظافة.
2. من الناحية العقلية: تعليم الأولاد ومتابعتهم، ومساهمتها في النمو اللغوي للطفل والتواصل الكلامي.
3. من الناحية الحسية: تنبيه حواس الطفل واستجاباته للمثيرات الاجتماعية، وتنمية أنماط الميزات الحسية.
4. من الناحية الاجتماعية: تنشئة الطفل تنشئة قائمة على المحبة والديمقراطية والتسامح والتعزيز، وتربية الأولاد على التعاون والتعارف والصفح والجرأة في حدود اللياقة والأصول.
5. من الناحية الحسية: تعليم الأم أطفالها وتوعيتهم عند وصولهم مرحلة المراهقة، وتثقيفهم بالقضايا التي تتعلق بالجنس والغرائز والزواج ومعرفة ما يحل لهم وما يحرم عليهم.
6. من الناحية الخلقية: على الأم تنمية الجوانب الخلقية والأخلاقية في شخصية الأبناء، وحثهم على الأخلاق الحميدة والصدق والأمانة والاستقامة... الخ، فعلا وتنظيرا.
7. من الناحية الإيمانية: تقوم الأم بتقرير التربية الدينية إلى الطفل وتعويده على ممارسة سائر العبادات.

دور الأب:

في النمط التقليدي لدور الأب فإن السلطة تتركز -على الأقل من الناحية الشكلية- في يده، كونه هو الذي يعول الأسرة اقتصاديا ويمثلها في المجتمع، وهو الذي يعمل طوال الوقت، وهذا أكسبه دورا مهيمنًا أعطى له السيطرة على الزوجة والأبناء، وعلى الرغم من أن تربية الأولاد تعد من مسؤولية الأم هي الدرجة الأولى، إلا أن قرار الإستمرارية في تعليم الأبناء وبنوعيته يدخل فيه الأب بشكل مباشر، كذلك فإن الأب يدخل بصفة خاصة في تربية الذكور وتوجيههم واتخاذ القرارات الخاصة بهم، أما الإناث فغالبًا ما يكن ملتصقات بأمهاتهن، فالأباء يروءون أبناءهم بالأدوار التي سوف يلعبونها في المراحل المستقبلية، الأمر الذي يجعل من تواجد الأب داخل كيان الأسرة تواجدًا ضروريًا وحيويًا، فهو الذي يمارس مهام ووظائف تعجز الأم عن القيام بها. (بيومي وناصر، 2005، ص 294).

دور الإخوة:

إن التفاعل بين الإخوة يمهد للانتقال إلى التفاعل مع الرفاق، والتنافس بين الإخوة على الفوز باهتمام الوالدين يعد من أبرز خصائص التفاعل داخل الأسرة، كما أن عدد الإخوة في الأسرة الواحدة والسنوات الفاصلة بين كل منهم، عاملان يؤثران على نوعية التفاعل فيما بينهم، فالطفل الثاني يقلد أخاه الأكبر والثالث يقلد الثاني والأول، كما تتأثر الرعاية الأسرية للطفل من ناحية الطفل الذكر بمفرده بين إخوة إناث، والبست بين إخوة ذكور (منصور والشرييني، 2001، ص 112).

وفي دراسة لـ فكتور سيسرلي 1977 وجد أن أثر الإخوة في التنشئة الاجتماعية والأسرية لإخوانهم يكون أقوى من أثر الوالدين، أي أن الإخوة الأكبر يعلمون الإخوة الأصغر، فالأخ الأصغر عمرا يمكنه أن يفهم مشاكله

بشكل أفضل من قبل أخيه الأكبر، إذ تفوق درجة التواصل بينهما درجة التواصل مع الوالدين في أغلب الأحيان، خصوصاً في المواضيع المتعلقة في العلاقات بالرفاق والمعلمين، أو الموضوعات المتعلقة بالمشكلات والسلوك الجنسي، والمظهر الجسمي والخارجي، وتشير دراسة ليدرمان عام 1975 إلى أن رعاية الإخوة الأكبر خاصة الإناث منهم للإخوة الأصغر تدريبهم وتهيئتهم للحياة الوالدية مستقبلاً (نقلاً عن الريماوي، 1998، ص 352).

العلاقات الأسرية:

هي تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والروضة والأبناء أي أنها طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد وتشمل العلاقات التي تقع بين الزوج والزوجة، وبين الزوجين والأبناء، وبين الأبناء أنفسهم (عيث، 1992، ص 347).

التواصل في العلاقات الأسرية وأهميته للشباب

تعد الأسرة أهم عنصر فعال في التأثير المباشر وغير المباشر على شخصية الشاب واتجاهاته وسلوكه داخل المجتمع، كما أنها الوحدة الاجتماعية الأولى التي يقع على عاتقها تنمية وعي الشاب واهتمامه بالبيئة وما يرتبط بها من مشكلات وإكسابه المهارات والمعارف والاتجاهات الإيجابية نحو مواجهة المشكلات القائمة وتجنب ظهور مشكلات أخرى بقدر الإمكان، ومن الأمور البديهية أن أي خلل في البيئة الأسرية وتواصلها مع أبنائها يؤدي إلى عجز هذه البيئة عن أداء وظائفها ويؤثر على العلاقات والتفاعلات داخلها.

وبالطبع فإن لكل بيئة أسرية خصائصها التي تميزها وتجعل لها هوية تختلف عن غيرها من الأسر، لكن هناك مجموعة من الخصائص والسمات العامة التي يكون مصدرها المجتمع حيث تتفق عليها الأسر وتتمثل بقاء عليها الخصائص العامة للمجتمع.

وعلى اعتبار أن الأسرة هي المؤسسة الأولى والأساسية من بين المؤسسات الاجتماعية المتعددة المسؤولة عن إعداد الشاب للدخول في الحياة الاجتماعية، ليكون عنصراً صالحاً فعالاً في إدامتها على أساس الصلاح والخير والسوء الفعال، فهي نقطة البدء التي تراول إنشاء وتنشئة العصر الإنساني، وهي البداية المؤثرة في كل مراحل الحياة إيجاباً وسلباً، والعلاقات الأسرية لها دور كبير في توثيق بناء الأسرة وتقوية التماسك بين أعضائها ولها تأثيراتها على نمو الشاب وتنشئته، وإيصاله إلى مرحلة التكامل والاستقلال؛ وذلك باعتبار أن الأحواء الفكرية والفسية والعاطفية التي تخلقها الأسرة للشباب تمنحه القدرة على التكيف الجدي مع نفسه ومع أسرته ومع مجتمعه (مركز الرسالة، 2007، ص 7).

والأسرة هي صاحبة المسؤولية الأولى في الإشراف على نمو الشاب وتكوين شخصيته وتوجيه سلوكه، بل هي الحصن الذي تنمو فيه بذور الشخصية الإنسانية وتتوضح فيه أصول التطبيع الاجتماعي، فهي بحق شكل اجتماعي يتميز بطابع ثقافي يختلف من مجتمع لآخر؛ بحيث أن هذا النظام الثقافي في الأسرة يعمل على تلقين وطبع، ثم نشئة الفرد منذ نعومة أظفاره.

إذ أن هذه التنشئة، هي بمثابة عملية تشكيل وإعداد أفراد إنسانيين في مجتمع معين، وفي زمن معين، وفي مكان معين حتى يستطيعوا اكتساب المهارات والقيم والاتجاهات وأنماط السلوك المختلفة التي تيسر لهم عملية التعامل مع البيئة الاجتماعية التي ينشأون فيها. ولا تتم تلك التنشئة إلا عن طريق التفاعل الدائم مع البيئة الاجتماعية التي يتواجد فيها؛ ألا وهي الأسرة التي تحدد للشباب أهم المواقف الاجتماعية التي يقابلها إبان سنوات طفولته، ومدى تفاعله مع هذه المواقف ومعايير توافقه فيها (أحمد، 1999، ص 212).

ولابد إذن، من التطبيع الاجتماعي الذي عن طريقه يوجه الشاب لكي يسير على نهج حياة أسرته، والجماعات الاجتماعية الأكبر والتي يجب أن ينتمي إليها ويسلك في غمارها بصورة مناسبة، وبذلك يصبح في النهاية مؤهلاً سلفاً

وجديرا لدور الراشد الناضج؛ باعتبار أن الأسرة هي المسؤولة الأولى عن تكوين ونمو الصبغ الكامن لدى أبنائها (العبد، 2004-2005، ص 27).

وتتسم العلاقات بين الأفراد في البيئة الأسرية السوية بالنضج والإشباع المتبادل، وهي التي يكون التواصل بين أعضائها صريحا ومباشرا وواضحا ولديها قواعد ظاهرة وغير ظاهرة، وتتقبل التغير والضغط كجزء من الحياة مع وجود أدوار تتفق وإمكانات الأفراد ووجود توازن أسري يتسم بأنه سوي (مؤمن، 2004، ص 10).

وبهذا يمكن القول، أن الأساليب الحوارية داخل الأسرة لها دور فعال وأساسي في تنشئة الشاب، بل هي طرق تنمية فكر الإنسان وتنظيم سلوكه وعواطفه، وبناء شخصيته المتميزة لتحقيق صلاحه ونجاحه في جميع مجالات حياته (الفندي، 2003، ص 208).

حيث يؤدي التماسك الأسري بين أفراد الأسرة الواحدة إلى إحساس كل فرد منها أنه ليس وحيدا مشردا صائعا في الحياة، فاستقرار الأسرة متعاونة مترابطة بجميع أفرادها يؤدي لرد الشاب عن طريق الانحراف ومحاسبتها على سلوكه وتثبيت دعائم هذه البيئة العائلية المتماسكة. (السيد محمد، 1988، ص 117).

وفي دراسة شاملة تعاون فيها عاملون في التربية والتعليم والرعاية الصحية وخبراء المشورة الأسرية وبعض هيئات الخدمات التطوعية حدد الباحثون 12 سمة للأسرة السوية هي (تريزاويب، 2004، ص 5):

1. يسمعون ويتواصلون مع بعضهم البعض.
2. يشجعون ويساندون بعضهم بعضا.
3. يحترمون بعضهم بعضا.
4. يثقون ببعضهم البعض.
5. قادرون على اللعب والفكاهة معا.

6. يشتركون معا في المسؤولية.
7. يعلمون بوضوح الفرق بين الخطأ والصواب.
8. لديهم عادات وتقاليد أسرية محترمة.
9. لهم انتماء ديني وحياة روحية مشتركة.
10. يحترمون الخصوصية.
11. يقدرون قيمة خدمة الآخرين.
12. يعترفون باحتياجهم للمساعدة ويطلبونها.

ويسجلي من هذه السمات للأسرة السوية أهمية ترابط العلاقات بين أفرادها وتواصلهم، واعتبار انعدام التواصل القوي بين أفراد الأسرة على أنه مؤشر على اختلالها.

وبهذا يكون الحوار ركنا أساسيا في النمو النفسي السليم للشباب، كما أنه ضروري للضح الاجتماعي، فلا يمكن للشباب أن يتعامل اجتماعيا وبشكل سليم إذا لم يكن عنده قدرة وملكة الحوار، وفي عصرنا الراهن تراجع الترابط الأسري إلى حد بعيد، ومع عياب هذا الترابط غاب الحوار، الذي يؤدي بلا شك إلى نتائج سلبية على الشاب، أهمها (المعداوي، 2006).

1. عدم قدرته على التواصل مع الآخرين.
2. تدني مفهوم الذات والثقة بالنفس لديه.
3. تأثر الاستقرار النفسي والتكيف الاجتماعي لديه.
4. انخفاض المهارات الاجتماعية التي تكتسب في العادة من خلال التواصل والحوار مع الآخرين.

المبحث الرابع

تراجع دور الأسرة في عصر التكنولوجيا

مقدمة

يتفق معظم علماء الاجتماع والتربويين على أن دور الأسرة في التنشئة وترابطها ودرجة التواصل بين أعضائها، والتفاعلات الأسرية، بدأ في التراجع والانهيار في عصرنا الحاضر، حيث يشار إلى أن ساعات التواصل بين أفراد الأسرة أصبحت محدودة أو قليلة، وهذا مرتبط بتراجع دور الأسرة في المجتمع المعاصر لصالح مؤثرات أخرى كوسائل الإعلام، فبسبب التحول الاجتماعي الذي طرأ على أدوار كثير من مكونات المجتمع ووحدهاته فقد أصبحت الأسرة مشدودة إلى مؤثرات كثيرة، مثل طول ساعات العمل للوالدين أو أحدهما والاهتمام بقضايا حياتية كتوفير مصادر الدخل وتدير موارد إضافية لإشباع احتياجات الأسرة، كل ذلك أثر على العلاقات الأسرية، فأصبحت ساعات التواصل بين أفراد الأسرة محدودة وأصبح الأساء يبحثون عن إجابة لتساؤلاتهم في أجهزة الإعلام كالإداعة والتلفزيون وشبكة الاتصالات والإنترنت . . . وغيرها من مصادر المعرفة، وقد أدى ذلك كله إلى إضعاف دور الأسرة في تكوين الثقافة التربوية للأبناء (بركات وحسن، 2008، ص 10) .

وبهذا فقد أصبحت الأسرة المعاصرة تجد نفسها في مواجهة واقع مربك يجعلها تفقد معه مرجعيتها النلقائية، التي كانت تعتر أمرا بديهيا، فقد وضعت هذه الحالة الحضارية الجديدة التي فرضتها ثورة المعلومات والاتصال، والمتمثلة في الإنترنت، الأسرة في مواجهة ولادة عالم إلكتروني يقوم على سريان كم هائل من المعلومات وتبادلها وتداولها وتخزينها، وبقدر يتجاوز العالم الواقعي الطبيعي المعروف، للحلول محله بمقادير متسارعة ومتزايدة باستمرار، حتى بات التسارع وانعدام اليقين هو سمة الحياة، وبات كل شيء

يتقدم بسرعة، فلا تكاد تكنولوجيا معينة تطرح في السوق، حتى يكون الحيل التالي لها قد أصبح جاهرا كي يحل محلها، وعدا التسارع في كل شيء إحدى أبرز سمات الواقع.

ووسط هذا الكم من الإرباكات التي فرضت على الأسرة، وهذا التهديد الذي بدأ يهاجم ويختر في صميمها، بدأت مكانة الأسرة في التراجع، وأصبحت بحالة من الإرباك، جعلتها تفقد توالي سيطرتها على تنشئة أبنائها، وربما تنشغل في الوصول لهويتها الجديدة، فجعل الثوابت التي قامت على أساسها لعصور طويلة، تتغير أمامها.

فوحدت نفسها ثم قسريا بمرحلة انتقالية، فيها الكثير من أوجه التداخل والازدواجية ما بين المودح الغربي والنموذج التقليدي لها، فهي الآن نواتية في السكن وإدارة الحياة، إلا أنها لا زالت ممتدة في شبكة العلاقات، ويتجلى ذلك في كثافة التفاعل والتزاور والتساند والتشاور، أي أنها أسرة نواتية ذات علاقات ممتدة، وفي هذا الكثير من التناقضات، كما أن مرجعيتها التاريخية باتت تتلاشى شيئا فشيئا، فمثلا إمتياز الكبار والوالدين الذي كان يقوم على فرض مرجعيتهم على الأبناء، لم يعد موجودا أو مقبولا.

هذا الإرباك الذي تواجهه الأسرة، انعكس كذلك على الأبناء، ووضع الشباب أمام صراع صعب، فالعالم الافتراضي الذي يعيشونه على الإنترنت يشدهم إلى فرصه وطموحاته وآفاقه المذهلة والمدهشة والواعدة والمثيرة للحياة منقطعة النظير، والأسرة تجهد للحفاظ على أبنائها الشباب وارتباطهم بها واستمرارية رعايتها لهم من جانب؛ وتجهد، من جانب آخر، لأن توطن ذاتها للقبول بانطلاقهم في عالم الإنترنت الرحيب، وهنا يجد الشباب ذاته أمام مآزق تنعكس آثارها مباشرة على مكانته وعلاقاته الأسرية.

العلاقات الاجتماعية الإلكترونية وبنية المجتمعات الواقعية

تؤثر تكنولوجيا الاتصالات تأثيرا كبيرا على العلاقات الاجتماعية سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، فمن الملاحظ أن التغيرات التي تحققت في مجال تقنية الاتصالات قد سمحت بقدر كبير من تبادل المعلومات وخدمات الاتصال والترفيه والتسلية والتثقيف، وأدت إلى تقوية وتوسيع شبكات الاتصال وظهور أنماط جديدة من الاتصال كالإنترنت وشبكات الاجتماعية، مما أتاح للناس استخدامهما في أغراض إضافية جديدة مثل توفير السلع والخدمات وممارسة الألعاب الذهنية والتعليم عن بعد، وغيرها.

وتعرف العلاقات الاجتماعية الإلكترونية بأنها: "جميع أوجه الاتصال الإنساني التي تتم في المجتمع بين أبناء المجتمع الواحد أو المجتمعات الإنسانية ككل وتتم من خلال وسائل اتصال إلكترونية" (إبراهيم، 1998، ص 52).

النظرة لتأثير العلاقات الاجتماعية الإلكترونية على بنية المجتمعات الواقعية:

تري الأدبيات الحديثة في النظرية الاجتماعية أن الاتصال عبر الإنترنت أثر على البنية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات بشكل حذري، حيث يلخص أنطوني جيدر الخصائص والسمات لهذه الآثار، بما يلي (بقلا عن ساري، 2008، ص 308):

1. إن التحولات والتغيرات الاجتماعية والثقافية التي يتصف بها المجتمع المعاصر، هي تحولات ذات قوة نابذة وطاردة للأفراد، وذات خصائص مشوشة ومضطربة.

2. إن الأفراد في المجتمعات التي يتشر فيها هذا النوع من الاتصالات، هم أفراد مقطعو الأوصال، بسبب استغراقهم وذوبانهم في خبرات يومية محزاة ومبعثرة، وتعوزهم الرؤية الشمولية المتماسكة للحياة.



facebook

الميسر بوليد والشباب العربي

3. يشعر الأفراد في هذا النوع من المجتمعات بالعجز وضعف المقاومة وقلة الحيلة في مواجهة العولمة وطغيانها وجبروتها.

4. تخلو حياة الأفراد اليومية في هذه المجتمعات من أي معنى، بسبب سيادة أنظمة اجتماعية حافة تفتقر إلى الحياة والديناميكية، وتعمل على تفريغ حياة الأفراد اليومية من مغزاها ودلالاتها الاجتماعية الحميمة.

ويلاحظ أن نظرة السachsen إلى نتائج الإنترنت على نية المجتمع تكاد تنقسم إلى ثلاثة أقسام، فمن بينهم من يراه تغيير لبنية المجتمعات نحو الأفضل، ومنهم من يرى فيه تهديد خطير على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وهنالك من يرى به الجانبين في آن واحد.

حيث يؤكد العصيل على عدد من الطواهر الإيجابية الناتجة عن تأثير تكنولوجيا الاتصالات على بنية المجتمعات، حيث أنها توفر معلومات متنوعة في جميع نواحي الحياة وهذه المعلومات تجعل الإنسان أكثر قدرة على تحسين نوعية الحياة، كما أنها تجعل الاقتصاد أكثر ازدهارا وإنتاجية، نتيجة التخلص من الوسطاء، كما تؤدي إلى زيادة الطلب على أشكال جديدة من الترفيه نتيجة للزيادة المستمرة في أوقات الفراغ، بما يسهم في تحسين الأحوال المعيشية للبشرية (العصيل، 2001، ص 26-30).

ويرى البعض كذلك أن التفاعل الاجتماعي الذي تتيحه تكنولوجيا الاتصالات الإلكترونية يروح للحوار الاجتماعي، ويعزز التماسك الاجتماعي، ويوفر طرقا وأنماطا جديدة للتفاعل الإنساني والاجتماعي، بالإضافة إلى ما يوفره من معلومات في جميع المجالات، مما يحسن من نوعية الحياة، ويساهم في حل المشكلات الاجتماعية، كالإدمان وغيرها، إضافة إلى أنه يزيد من فرص المشاركة في ألعاب جماعية وتكوين صداقات بما يزيد من ثقة الإنسان في الآخرين من خلال الاشتراك في موضوعات معينة مع

جماعات أخرى، ويسهم في زيادة أنواع الترفيه والتسلية بما يزيد من ثقافة الإنسان نتيجة ليسر الاتصال بجميع المؤسسات والأفراد، فضلا عما يوفره من حرية وسرية في العلاقات الاجتماعية (إبراهيم، 1998، ص 881).

كما أكدت بعض الدراسات على أن تراجع الاعتماد على الصور الذهنية المسبقة والقوالب الجامدة في أثناء التفاعل عبر الإنترنت والمواقع الاجتماعية عليه قد ساعد في تفعيل النشاط الاجتماعي للفئات المهمشة في المجتمع الحقيقي، حيث لاحظ العلماء أن المشردين الذين لا سكن لهم والمعاقين عندما يتفاعلون مع آخرين عبر الإنترنت يتلقون تقديرا واحتراما قد لا يحدونه في الاتصال الشخصي وجها لوجه، أي أن هذه الطرق من الاتصال قد أعادت التقدير والاحترام للفئات المسحوقة اجتماعيا (عبد ربه، 2009، ص 94-99).

ويعتبر آخرون أن الإنترنت يريد من القدرة الاتصالية والتفاعلية للمستخدم؛ لأنه يعزز من قدرته على الاتصال بآخرين على الجانب الآخر من الكرة الأرضية بسرعة هائلة وتكاليف زهيدة، حيث يمكن للمستخدم أن يشارك في ألعاب جماعية مع آخرين في أنحاء الكرة الأرضية وتكوين صداقات جديدة، ويستطيع أيضا أن يلتقي بمجموعات تشاركه الاهتمام بموضوعات مشتركة معينة، الأمر الذي يريد من ثقة الإنسان بالآخرين (حافظ، 1997، ص 45).

أما بالنسبة للجانب الآخر من الباحثين الذين يتسوقون موقف الحذر والريبة من الإنترنت لقناعتهم بوجود آثار سلبية للمجتمعات الإلكترونية على بنية المجتمع، فقد أشار البعض إلى أنها تسهم في تحقيق العزلة والفردية مقابل الاجتماعية بين أفراد الأسرة الواحدة، وبالتالي فهي تساهم في انهيار البناء الاجتماعي أو اللامبالاة بالشؤون المحلية للمجتمع، إضافة إلى حزمة من الآثار السلبية الأخرى التي لا يمكن التهوين أو التقليل من شأنها وأخطرها "إدمان الشبكة"، وهو ما يجعل الشخص يشعر بالتوتر والانزعاج إذا توقف عن استخدامها أو ابتعد عنها، وبالتالي يتحول استخدامه لهذه المواقع إلى سلوك قسري (عمار وأبو زيد، 2002، ص 43).

وفي ذات السياق فإن البعض يرى بأنها تؤثر سلبيا على العلاقات الاجتماعية، حيث أنها تريد من انعزالية الأفراد واسحبهم من دائرة العلاقات الاجتماعية وتعميق إحساسهم بالوحدة، الأمر الذي يفقدهم بمرور الوقت القدرة على ممارسة علاقات إنسانية حميمة، وكذا القدرة على التعاطف مع الآخرين، إضافة إلى أنها تعمل على تفكك المجتمعات وريادة البطالة والعنف وانتشار الجريمة وابتكار أساليب جديدة لتفكيكها وانتشار الأفكار الهدامة واندثار اللغات وتهديد الأمن العالمي وزيادة الحروب وانتشار الأسلحة الفتاكة، وسيطرة المجتمعات الغنية على المجتمعات الفقيرة، وزيادة عمليات السرقة وصياع حقوق الناشئين والمؤلفين وتقليص الخيرات المشتركة، وبالتالي ضياع هوية المجتمع وصعوبة الحفاظ على القيم (مكاوي، 1997، ص 565-571).

وعن الآثار الاجتماعية والثقافية لثورة المعلومات يؤكد الباحثون أن هذه الثورة سوف تمكن الدول المتقدمة أن تحلي الثقافة وأنماط الاستهلاك واللغة على الآخرين بما يمكن أن يؤثر مستقبلا على هوية هذه المجتمعات، هذا بالإضافة إلى ما تسببه من تنميط المعلومة (العصيل، 2001، ص 26-30).

ويشير الدكتور رافت رضوان رئيس هيئة تعليم الكبار في مصر إلى قلقه من تأثير عصر المعلومات في بنية المجتمعات العربية ذلك أنه أحدث فجوة في العلاقات بين الأفراد، والأسر، ومجتمع الأعمال، والمناطق الجغرافية على المستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة فيما يخص المتاح أمامهم من فرص للوصول إلى المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات واستخدام شبكة الإنترنت في مدى واسع ومتنوع من الأنشطة، موصحا أن ثورة الاتصالات والمعلومات اقترنت بمفهوم "الاختراق الثقافي" (رضوان، 2007).

كما يلاحظ أن العديد من المهتمين العرب كانوا لسنوات غير بعيدة، يعتقدون أن المجتمع العربي في مأمن من الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية للإنترنت، ذلك أنهم كانوا يتصوروا أن تلك الآثار لا تؤثر في المجتمع العربي

عمقدار التأثيرات التي أحدثتها في المجتمع الغربي، لكن انتشار الإنترنت الذي شهده العالم العربي مؤخرًا، وإقبال فئة الشباب - على وجه الخصوص - على التعامل معه والمشاركة في مواقعها الاجتماعية مثل (الفيس بوك) وتويتر وغيرها، واستغلالها (الفيس بوك) - على وجه الخصوص - بالتنظيم للتحركات الواسعة في الشارع العربي بما أطلق عليه "ربيع الثورات العربية"، أثبت عكس هذا الاعتقاد، ودعم من إدراك قدرة هذه الوسيلة الاتصالية على إحداث التغييرات والتأثير في المجتمع العربي وبنيتها الاجتماعية.

الفصل الثاني

نظرية الاستخدامات والحاجات في تفسير الإقبال على الفيس بوك

مقدمة

المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع
المبحث الثاني: أسباب إقبال الشباب على موقع
(الفيس بوك)

المبحث الثالث: أسباب إختلاف نسب مشاركة الإناث
والذكور بموقع (الفيس بوك) في
مجتمعاتنا عن الغرب

الفصل الرابع

نظرية الإستخدامات والحاجات في تفسير الإقبال على الفيس بوك النظرية - التفسير

مقدمة

من يحاول الاطلاع في أيامنا على النظريات الإعلامية لا بد أن يلاحظ - بشكل أو بآخر - إفتقار التنظير الإعلامي بشكل عام إلى نظريات حديثة تختص بخصائص وسائل الإعلام الإلكترونية الحديثة متعددة الوسائط وما ينشع عنها، فحتى نظرية مارشال ماكلوهان المسماة بتكنولوجيا وسائل الإعلام وتأثيرها على المجتمعات والتي تعد من النظريات الحديثة نسبياً فإنها لم تعد تلبي احتياجات مجتمعاتنا المعاصرة من حيث الوصف والتفسير، فهو يصف - على سبيل المثال - العالم على أنه أصبح قرية صغيرة، بفعل التطور التكنولوجي والتقني لوسائل الاتصال والإعلام (ماكبرايد، 1981، ص 326)، إلا أن الواقع الحاضر يبين أن الأمر تعدى هذا الجانب وأصبح العالم أصغر كثيراً من القرية، وانطلاقاً من أن أكثر عناصر العملية الاتصالية ثباتاً هو الجمهور - مع أنه ثبات نسبي وليس مطلقاً - كانت نظرية الاستخدامات والإشباع المتعلقة بخيارات الفرد في اختيار وسيلة الإعلام التي تلبي وتشبع رغباته هي الأقدر - من وجهة النظر الشخصية - على التواءم والانسجام مع واقع الإعلام الجديد، في تفسير الواقع ووصفه.

المبحث الأول

نظرية الاستخدامات والإشباع

ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباع عام 1959 على يد (إلياهو كاتز)، لتشكل منحى جديدا في نظرة منظري الإعلام للعملية الإعلامية برمتها، حيث حولت الانتباه من التركيز على الرسالة الإعلامية إلى التركيز على الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة، وبذلك اتفقت المفهوم الذي كان سائدا قديما والتمثل بالتسليم شبه المطلق بقوة وسائل الإعلام، حيث كان الاعتقاد بأن متابعة الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للتعود على الوسيلة الإعلامية وليس لأسباب منطقية (العدد، 2005، ص18)، أي أن الاعتقاد الذي كان سائدا قبل خروج هذه النظرية تمثل بالتسليم لقوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، فكان يرى أن طبيعة ساء الرسالة الإعلامية هو وحده الذي يؤثر على اختيار الأفراد للتعرض لوسائل الإعلام الجماهيري، دون الالتفات لإرادة الجمهور، وكأن الجمهور هو مجموعة من الأفراد فاقد الإرادة يتم التحكم فيهم من قبل وسائل الإعلام كيفما شئت أو أرادت.

فجاءت هذه النظرية برؤية مختلفة تمثل في إدراك تأثير المروق الفردية والتباين الاجتماعي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، حيث يختار جمهور المتلقين الوسيلة الإعلامية والمصامير الإعلامية التي يريد متابعتها بناء على عدة عوامل معقدة ومتشابكة من بينها: الخصائص الثقافية، والذوق الشخصي للفرد، وأسلوب الحياة، والسن، والجنس، ومقدار الدخل، ومستوى التعليم، والمستوى الاقتصادي، وغيرها (Werner and James 1992، ص250).

وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الإعلاميين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بالرسالة، بناء على خصائص الجمهور ودوافعه وانطلاقا من مفهوم أن الجمهور الإيجابي يستخدم رسالة إعلامية معينة لإشباع

حاجة أو حاجات معينة لديه، أو لتحقيق منفعة ما، وبهذا أنيطت بالقائمين على مهمة الإعلام مهمة جديدة تمثلت في التعرف على اتجاهات وأذواق المتلقين وصنع الرسالة الإعلامية التي تتناسب مع توجهات ورغبات واحتياجات جمهور المتلقين من جانب، ورغبات وإمكانات الإعلامي من جانب آخر (ملفين و ديفلير، 2002، ص 235)، ولعل هذه النقطة تتوضح بشكل ربما يكون أجلى وأوضح مما كان في ذهن كاتر صاحب الطرية، بالنظر لإتاحة الإعلام التفاعلي بأشكاله المتعددة أمام الجمهور في الوقت الراهن عن طريق ما وفره الإنترنت بشكل عام والمواقع الاجتماعية بشكل خاص من إمكانيات لمشاركة الجمهور بكل سهولة ويسر في هذه المواقع، حيث سيتم لاحقا تناول هذا المجال بشكل أكثر توسعا.

واستنادا إلى فروض نظرية الاستخدامات والإشباع، فإن الجمهور المتلقي يقوم باختيار المادة الإعلامية التي يرى أنها تشبع إحتياجه، ومن ثم يتم اختيار الوسائل أو الرسائل الإعلامية التي تشبع تلك الإحتياجات، حيث يمكن الاستدلال على المستوى والمعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام وليس من خلال مضمون الرسالة الإعلامية التي تؤديها هذه الوسائل (الكامل، 2001، ص 88)، وهذا ما نلاحظه في وقتنا الحاضر، إذ أصبح مدى انتشار المشاركات في المواقع الإلكترونية والإنترنت بدولة ما، يعتبر مؤشرا يعكس مستوى التعليم فيها ومستوى الدخل لمواطنيها، إضافة إلى اعتباره مقياسا لمدى تقدم هذه الدولة في المجالات التكنولوجية والاتصالية، ومستوى البنى التحتية المتوفرة فيها في هذا المجال.

وقد أدخلت هذه النظرية مفهوما جديدا عن الجمهور حين تحدثت عن (الجمهور النشط)، متجاوزة المفهوم الذي كان سائدا قبل ذلك بأن الجمهور هو مجرد متلق سلبي، فهي ترى أن الجمهور النشط يقوم من تلقاء نفسه في البحث عن المضمون الإعلامي الذي يلبي إشباعاته ويناسبه من حيث الثقافة

والدخل والجنس والتوجه، أي أن الجمهور هو الذي يتحكم باختيار الوسيلة الإعلامية التي تقدم المضمون الذي ينشده (Watson، 1998، ص 62)، فالجمهور الشط في نظرية الاستخدامات والحاجات هو الذي يختار بحرية، ويستهلك مضمون الرسائل بشكل اختياري بناء على مجموعة متنوعة من الاحتياجات النفسية التي يسعى الجمهور إلى إشباعها (صالح، 2009، ص 361)، ويمكن الاستدلال بسهولة على هذا المفهوم عن طريق ملاحظة إقبال الشباب في الوقت الحاضر على اختيار موقع (الفيس بوك) الإلكتروني، كونه الأكثر تلبية لإشباع حاجاتهم، حيث سيتم توضيح هذا الجانب بشكل أوضح لاحقاً

كما تشير نظرية الإشباعات والحاجات إلى إمكانية تحقيق إشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور في المضمون الإعلامي الواحد (فهيم، 1997، ص 121-123)، ولعل أقرب مثال على هذه الإشارة أن الدخول إلى موقع (الفيس بوك) قد يشكل مادة تعليمية للبعض، ومادة ترفيهية بالنسبة لبعض آخر، ومادة للتعارف وتكوين صداقات جديدة عند آخرين، حيث يتوقف الأمر على نوع الإشباع التي يحققها التعرض بالنسبة للمتلقي.

وعليه فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات اختلفت عن سابقتها من النظريات والمداخل كونها تناولت بتركيز مكثف خصائص الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية من حيث الخصائص والدوافع بعيداً عن مقولة التعود والقول بما يقدم له (Mcquail، 2000، ص 368).

وقد هدفت نظرية الإشباعات والحاجات إلى إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الإعلامية على اختلافها بهدف إشباع حاجات معينة لديهم، وفهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة، والوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال (شاهين، 2000، ص 239).



facebook.

القيس بولك والشباب العربي

وتقوم نظرية الاستخدامات والحاجات على عدد من الفروض أهمها:

1. الجمهور المتلقي يستخدم المعروض الإعلامي بما يحقق إشباعا لاحتياجاته.
2. يجب تمكين الجمهور الشيط من تحديد دوافعه واحتياجاته، وبالتالي تمكينه أيضا من اختيار الوسيلة الإعلامية التي تحقق له ذلك.
3. إن استخدامات المتلقين للوسيلة الإعلامية تعطي دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع الذي يعيش فيه هؤلاء المتلقون.
4. أن استخدام الجمهور الشيط لوسيلة إعلامية معينة يعبر عن إدراكه لإمكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته.
5. يتجه الجمهور النشط الى إكمال بنية احتياجاته من خلال وسائل وقنوات اتصالية أخرى مثل الأندي والسينما والمكتبات الثقافية عند إحساسه بقصور وسائل الاتصال المتاحة عن تلبية احتياجاته (عبد الحميد، 2000، ص 15)، وهذا ما قد يوحد حالة تنافسية في عصرنا الحاضر بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الحديثة كالإنترنت والمواقع الاجتماعية الإلكترونية التي أصبحت تلبى إشباعات أكثر بالنسبة للعديد من المتلقين وبهذا فإنه يمكن تلخيص أهداف نظرية الاستخدامات والحاجات من خلال الفروض السابقة بما يلي:

1. الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
2. الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.
3. الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها
4. الكشف عن "الإشباعات المطلوبة" التي يسعى الفرد إلى تليتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال "والإشباعات المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.

5. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.
6. معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

أهم نماذج نظرية الإشباعات والحاجات

نموذج كاتز وزملائه:

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية للجمهور هي التي تحدد العلاقة بين المتلقين والوسيلة الاتصالية القادرة على تلبية احتياجاتهم، والصراع الاجتماعي يشكل ضغطاً على المتلقي يدفعه إلى البحث عن وسيلة الإعلام التي تلي احتياجاته (عبد الحميد، 2004، ص 240).

نموذج ويندال:

يتناول ويندال في نمودجه العلاقة الرابطة بين كل من الاستخدامات والإشباعات، ويرى في نمودجه أن المتلقي يرسم مسبقاً توقعات لما يمكن أن يحققه مضمون الوسيلة الإعلامية المستهدفة بعد إجراء مفاضلة بين هذه الوسيلة المختارة والوسائل الأخرى (Windhal، 1981، ص 203).

نموذج روز ونجرين:

يتناول هذا النموذج مجموعة العوامل التي تتشكل منها نظرية الاستخدامات والإشباعات، وهي الحاجات الاجتماعية والبيولوجية والنفسية الموجودة لدى الإنسان حيث تتفاعل هذه الحاجات مع الإطار المجتمعي وخصائص الفرد، وهنا يلجأ الفرد الى الوسيلة الإعلامية التي يرى في مضمونها حلاً لمشكلاته وإشباعاً لحاجاته (مكاوي، 2000، ص 209).

المبحث الثاني

أسباب إقبال الشباب على موقع (الفيس بوك)

مقدمة

لم يعد بمقدور أحد أن ينكر أن موقع (الفيس بوك) أصبح يشكل جانبا أساسيا في حياة كثير من الناس الذين لم يعد بمقدورهم الاستغناء عنه في روتين يومهم، وأصبح جزء كبير ممن ليس لديهم حساب على الفيس بوك يشعرون بنوع من الحرج أو العزلة حتى داخل مجتمعاتهم الحقيقية، وكان هذا الموقع قلب الموازين وحول المجتمعات الافتراضية الموجودة عليه إلى مجتمعات تفرض سيطرتها وصبغوها على المجتمعات الواقعية، الأمر الذي يتطلب وقفة متأنية بعض الشيء في تفسير أسباب هذا الإقبال والاهتمام بهذا الموقع، خصوصا من قبل فئة الشباب التي تشكل في وقتنا الحاضر الشريحة الأكبر لمستخدمي موقع (الفيس بوك).

أسباب إقبال الشباب على موقع الفيس بوك:

وعن تعليل سبب الإقبال الكبير من فئة الشباب على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، فإنه يمكن لنظرية الاستخدامات والإشباع أن تقدم تفسيراً منطقياً لحجم هذا الإقبال، فيبدو أن استخدام موقع (الفيس بوك) من قبل الشباب، يشبع عندهم حاجات متنوعة، لعل أهمها:

1. الحاجة الاجتماعية:

إن موقع (الفيس بوك) كموقع اجتماعي، يقدم للشباب نوعاً من الإشباع الاجتماعي، ذلك أن الشاب وخصوصاً في بداية مرحلة الشباب، يكون بحاجة ماسة لأن يبدأ حياته الاجتماعية بالتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع، لكن الذي يحدث غالباً أن المجتمع لا يلبي له هذا التعامل

(كراشد)، فهو مارال يراه صغيرا غضا، فيحد الشاب في استخدامه موقع (الفيس بوك) إشباعا لهذه الحاجة التي قد لا يحصل عليها في مكان آخر

ومن جانب آخر، فإن طبيعة المجتمع الأبوي التي لا زالت تغطي - رغم تراجعها نسبيا - على نمط التعامل والتفاعل بين أفراد الأسرة، والتي يتم بناء عليها اختزال مساحة من إرادة الأبناء لصالح الآباء داخل إطار الأسرة العربية، خصوصا عندما يبدأ الآباء في الوصول لمرحلة الشباب والمراهقة، هذه المرحلة التي يكون الشباب خلالها في أمس الحاجة لإثبات ذاتهم وإبراز قدراتهم على اتخاذ القرارات والتعبير عن وجهات نظرهم - وفرضها أحيانا -، هذا الوضع الذي يشكل نوع من الأزمة التي طالما عانى منها الشباب في الماضي والحاضر، لكن الظروف والتغيرات المجتمعية لحياتنا المعاصرة جعلت هذه الأزمة أكثر حدة وامتدادا في حاضرتنا ؛ ففي السابق كان الشاب يرافق أبيه ويتعلم صناعته، وما أن يصل لبداية العشرينيات من عمره حتى يتم تزويجه، وبالتالي يشع احتياجه في أن يصبح صاحبا للسلطة التي تاق إليها واحتاجها ومسحه إياها مجتمعه، أما عن الواقع الحالي، فقد امتدت فترة اعتماد الشاب على أبيه لسنوات أخرى بسبب انتظار الشاب لإكمال دراسته ثم حصوله على دخل مناسب، الأمر الذي أحل سن زواجه وتكوين أسرته لمدة أبعد، فقد أصبح شائعا في مجتمعنا وجود شبان في الثلاثينيات من عمرهم لارالوا معتمدين على آبائهم ويعيشون ضمن أسرهم الأبوية بدون زواج، الأمر الذي مدد وعمق عند الشاب حاجته لإثبات ذاته وممارسة باقي أدوار الاجتماعية بعيدا عن سلطة الأب أو الأسرة، هؤلاء الشباب عندما عشروا على المجتمع الافتراضي الذي يتيح موقع (الفيس بوك) تعاملوا معه وكأنهم وجدوا ضالتهم، فأصبح موقع الفيس بوك يشبع لديهم هذه الحاجة التي لم يستطيعوا الحصول عليها في مجتمعهم الواقعي .

ومن الجوانب الاجتماعية الأخرى التي لا بد وأن يكون لها من أثر على انتشار الفيس بوك في مجتمعاتنا العربية، إقبال الإناث على المشاركة بهذا الموقع، إذ من المعروف أن طبيعة مجتمعاتنا المحافظة تحتم على الأسرة العربية

وصع سلسلة من القيود على خروج الفتاة من بيتها، ذلك أن معظم مجتمعاتنا لازالت لا تقبل بحروج الفتاة وحدها من المنزل لغير المدرسة أو الجامعة أو العمل -على أحسن تقدير -، الأمر الذي تشعر معه الفتاة بأنها محتاجة لمزيد من المساحة للتحرك داخل مجتمعها، خصوصا وهي ترى أخيها الذكر يحصل على مساحة في حرية التحرك والتنقل أكبر منها، وبهذا جاء موقع (الفيس بوك) ليشع عندها - ولو شكل جزئي - هذه الحاجة للتحرك، فوجدت أنها تستطيع التحرك ليس في مجتمعها المحدود نسبيا بل وجدت أن بإمكانها التنقل في كل أرجاء الكرة الأرضية، دون أن تتسبب في غضب أسرته أو إحراجها؛ كون حسدها لا زال موجودا داخل حدران منزل ذويها.

2. الحاجة لمعرفة الجنس الآخر:

يحتاج الفرد في مرحلة الشباب أن يبدأ في التعرف وتكوين إتصال مع الجنس الآخر، وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة فإن هذه الحاجة يصعب إشباعها لدى الشاب ضمن الأطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع، فيجد أن استخدام موقع (الفيس بوك) يشبع هذه الحاجة عنده سواء كان هذا الإشباع كليا أو جزئيا.

3. الحاجة للمعرفة:

يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، فهم تواقون دائما للمعرفة الواسعة، يحتاجون لمعرفة ما يدور حولهم، وما يدور في المجتمعات الأخرى، إذ أن حب المعرفة والعامة والحاجة إليهما سمه بشرية تتجلى في مرحلة الشباب، ويبدو أن موقع (الفيس بوك) قادر على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد الشباب عموما بمعرفة متعمقة بالعالم، لما فيه من تنوع في كافة المجالات.

4. الحاجة للإشباع المعرفي:

طبيعة مجتمعاتنا الشرقية لا تتيح للشباب التعبير بحرية عن آرائهم

وتوجهاتهم، وتقيد من فرص اطلاعهم على الآراء والمعلومات التي لا تتسجم مع الأطر والظم الاجتماعية أو الدينية أو السياسية السائدة، مقابل وعود حاجة ماسة لدى هذه الفئة العمرية للتعبير عن ذاتها وهمومها وقضاياها من منظورها الذاتي، وبدون المحاذير المفروضة عليها، وبهذا يحقق الشباب من خلال استخدامهم موقع (الميس بوك) إشباعاً فكرياً عن طريق تمكنهم من طرح أفكارهم (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحفظات والمحاذير الاجتماعية والسياسية القائمة في مجتمعاتنا، والتي تعيش ضمن أنظمة غير مكتملة الديمقراطية - على أحسن تقدير - ولا تتيح حرية التعبير.

5. الحاجة إلى الترفيه والتسلية:

لا يوجد حد عمري فاصل بين مرحلة عمرية وغيرها، وكل مرحلة لا بد وأن توجد فيها بقايا من المرحلة التي تسبقها، وبالنظر إلى الشباب فإن ما يفصله عن سني الطفولة ليس بالكبير، من هنا يلاحظ إقبال الشباب واحتياجه للتسلية والترفيه، وبطبيعة الحال فإن هذا المحال مفتوح على مصراعيه أمام من يستخدم الموقع.

6. الإذعان المجتمعي:

في مرحلة الشباب تحديداً، لا يمكن إهمال تأثير القراء على بعضهم، ففي دراسة أجريت على الطلبة غير المتخرجين في جامعة "نورث إيسترن" عن تأثير الفيس بوك على الإرادة الحرة للفرد، أكدت بأن هنالك مستوى مرتفع من ضغط القراء على الفرد، فمساهمة القراء الضاغطة أدت إلى زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في موقع (الميس بوك)، حيث يبت تلك الدراسة بأن العديد من الطلاب اشتركوا في الموقع نتيجة لضغوط تعرضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون، ويخلص الباحث إلى أن (الميس بوك) شكله الراهن كموقع اجتماعي تفاعلي يؤدي إلى صمود حرية الفرد في الاختيار، لتصبح خياراته متأثرة بضغط المجتمع الإلكتروني والرفقاء (Soon، 2010).

المبحث الثالث

أسباب إختلاف نسب مشاركة الإناث والذكور بموقع (الفيس بوك) في مجتمعاتنا عن الغرب

تظهر الإحصائيات أن هنالك إختلاف في نسبة مشاركة الإناث والذكور في موقع (الفيس بوك) بين مجتمعاتنا العربية عما هي عليه هذه النسب في المجتمعات الغربية، حيث تهيد الدراسات الغربية إلى أن اتجاه اشتراك الإناث في موقع (الفيس بوك) يفوق اتجاهات الذكور للاشتراك، إذ بلغت نسبة المشاركات من الإناث في الولايات المتحدة الأمريكية (56%) من إجمالي المشاركين، وبلغت هذه النسبة في المملكة المتحدة (52%)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) في الشرق الأوسط (37%) فقط.

وقد يعثر هذا التفاوت من أكثر الدلائل على خصوصيات مجتمعاتنا العربية، وصعوبة الاعتماد بشكل كامل على نتائج الدراسات العربية، فليس كل ما يحدث عندهم يحدث عندنا والعكس صحيح؛ أي ليس كل ما لا يحدث عندهم لا يحدث عندنا، وحتى لو تم الإتفاق في بعض المجالات، إلا أنه عاباً ما تتفاوت درجات الحدوث في مجتمعاتنا عن مجتمعاتهم، فعلى الرغم من ثورة الاتصال والمعلومات، والتواصل الحادث مع تلك المجتمعات في ظل زمن العولمة الذي نعيشه، فما زالت للمجتمعات العربية خصوصياتها.

وبالعودة إلى تفاوت نسبة الإناث المشاركات بموقع (الفيس بوك) عن الذكور في الدول العربية عن الدول الغربية، فإنه يمكن تعليل ذلك بعدة أسباب، أهمها:

1. أسباب عاطفية:

بناء على طبيعة المجتمعات الغربية المتقدمة، التي يطغى عليها الجانب العملي والمطفي، وبالنظر إلى طبيعة المرأة التي تكون في العادة أكثر ميلاً للعاطفية والرومانسية، فإن هذا النمط من الحياة العملية يبدو أنه لا يشجع

بالكامل حاجاتها العاطفية، فتسعى لسد حاجتها من الإشباع العاطفي بالاتجاه لموقع (الميس بوك).

في حين أن الوضع في مجتمعاتنا الشرقية يكون معكوسا، فعلى الرغم من أن النظرة السطحية لهذه المجتمعات الأكثر محافظة تظهر أن مساحة الحرية الممنوحة للأنثى تكون أقل عادة من المساحة لدى الذكر، إلا أن هذا أدى إلى أن تشعر الأنثى الشرقية أنها مرغوبة، ومجرد شعور الأنثى بذلك - حتى ولو لم يكن من حقها الاستجابة - فإنه يشبع مساحة كبيرة من حاجاتها العاطفية، أما الذكر الشرقي، فهو المطلوب منه في العادة البحث والسعي عن الأنثى التي غالبا ما يفشل في الوصول إليها، بالتالي فإنه وعلى الرغم من طبيعة الذكر الأكثر عقلانية والأقل عاطفية، إلا أن حاجاته العاطفية غالبا ما تبقى بدرجة إشباع متدنية، وبالتالي يكون أكثر إقبالا على المشاركة في موقع (الميس بوك)، الذي قد يقدم له المزيد من الإشباع (نظرية الاستخدامات والإشباع)

2. أسباب اجتماعية:

نظرا لطبيعة مجتمعاتنا العربية التي تنقسم بالمحافظة، فإن فرص خروج الذكر من بيته وتفصيلته أوقاتا طويلة نسبيا خارج المنزل، أمر مقبول - إلى حد ما - الأمر الذي يسهل عليه إمكانية الاشتراك بوقع كموقع (الميس بوك) ويتيح له الدخول عليه كل يوم ولأوقات معقولة حتى وإن لم يتوفر اشتراك في الإنترنت في البيت، فالذكر يستطيع بكل سهولة ويسر أن يذهب لمقاهي الإنترنت المنتشرة في السلاط العربية وأن يدخل بالتالي إلى الموقع، وبديهي أن هذا الأمر ليس متاحا للفتاة بنفس السهولة، أو حتى بصعوبة قليلة، وبالتالي فإن عدم توفر خدمة الإنترنت في المنزل - وهذا أمر شائع في معظم الدول العربية - يشكل عائقا أمام مشاركة الفتاة بفعاليات الإنترنت التي يقع على رأسها موقع (الميس بوك)، في حين أن هذا الأمر لا يشكل عائقا أمام الذكر، وإن شكل أي نوع من التعويق، فإنه يبقى عائقا أقل تأثيرا مما هو على الإناث بنفس الظروف.



facebook.

المصطلح الرابع: نظرية الاستخدامات والحاجات في تفسير الإقبال على الفيس بوك

ومن جانب آخر فإنه لا يمكن تجاوز حقيقة أنه لازالت لحد الآن العديد من الأسر العربية التي لا تؤمن بأن تشارك بناتها بمواقع كموقع (الفيس بوك)، فهي ترى أن اهتمامات الأنثى لا يجب أن تتعدى الإهتمامات المنزلية، فإما أن تساعد والدتها في أعمال المنزل والعناية بإخوتها، أو الإهتمام بزوجها والقيام بالمتطلبات المنزلية لبيتها وتربية الأبناء، في ظل هذه الأجواء يصعب تصور أن تكون الفرص المتاحة أمام الأنثى للمشاركة في موقع كموقع الفيس بوك مساوية للذكر.

أيضا هنالك نظرة ربية من افتتاحية موقع (الفيس بوك) عند البعض في مجتمعاتنا، الأمر الذي يصل ببعض الأسر إلى منع الإناث فيها من المشاركة في هذا الموقع، كسوء من المحافظة على الأخلاق والعادات والقيم، في الوقت الذي لا يتم فيه منع الذكور.

3. وقت الفراغ:

على الرغم من أن مجتمعاتنا تطلب من الذكر بالدرجة الأولى الخروج من المنزل والعمل بهدف تأمين المتطلبات المادية المختلفة للأسرة، وحتى لو تم التجاوز وإسقاط مشاركة عدد كبير من النساء في هذه المهمة، فإنه يبقى وفي أغلب الأحيان وقت الفراغ الأكبر في مجتمعاتنا متوفر للذكر أكثر من الأنثى، إذ أن الوظيفة والعمل خارج المنزل يكون له في أغلب الأحيان وقت محدود ينتهي بانتهاء ساعات الدوام، أما الأنثى ونتيجة لأنه مطلوب منها مجتمعيًا القيام بكل الواجبات المنزلية من طهو وتنظيف وتلبية لمتطلبات باقي أفراد الأسرة، فإنها لا تجد أمامها وقت الفراغ المتاح للذكر، كون طبيعة المهام والواجبات المطلوبة منها غير محكومة بزمان لإنهائها، وبالتالي فإن فرصة وجود وقت الفراغ الكافي لها للمشاركة في موقع (الفيس بوك) تكون أقل بالتأكيد من الذكور.

4. مستويات التعليم:

قياسا على الماضي، فإنه لا يمكن إنكار اهتمام مجتمعاتنا في الوقت الحاضر بتعليم الإناث، بدليل وصول أعداد كبيرة من العربيات لأعلى مراتب التعليم، إلا أنه وفي المقابل لارال شائعا اهتمام الأسرة العربية بتعليم الذكور أكثر من الإناث، هذا يؤدي إلى وجود نسبة أعلى من الذكور المتعلمين من الإناث المتعلمات في بعض مجتمعاتنا العربية، وبما أن المشاركة والتعامل مع موقع كموقع (الفيس بوك) يحتاج لحد أدنى من التعليم، فإن فرصة أن يريد عدد المشتركين فيه من الذكور بناء على هذه الحثية ستكون حتما أكبر.

الفصل الخامس

علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية (دراسة ميدانية في المملكة الأردنية الهاشمية)

مقدمة

المبحث الأول: مقدمة الدراسة

المبحث الثاني: الطريقة والإجراءات

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المبحث الرابع: نتائج الدراسة

المبحث الخامس: مناقشة نتائج الدراسة

5

الفصل الخامس

علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك
باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية
(دراسة ميدانية في المملكة الأردنية الهاشمية)

المبحث الأول

مقدمة الدراسة

تمهيد

يشهد عالمنا اليوم تطورا هائلا في محالي المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، الأمر الذي مكن التكنولوجيا من تمهيد الطريق وإسقاط الحواجز والحدود الجغرافية أمام ثورة هائلة من المعلومات المتمثلة بانفجار معرفي لم تشهد له البشرية مثيلا، فأصبحت السيادة الأقوى لمن يمتلك هذه المجالات، بحيث يمكنه السيطرة والسيادة بما لديه من فكر وكوادر بشرية واعية وقادرة، وأيضا بما يملكه من إمكانيات وتقنيات حديثة، وبهذا تبوأ ثورتا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات الصدارة من حيث الأهمية في مجال المنتجات الحضارية التي توصل إليها الإنسان في عصرنا لتعتبر واحدة من أهم المحطات والقطاعات النوعية التي حققها الإنسان على مر العصور في مجال التطور البشري.

وكان يمكن لهذا الإنجاز أن يكون أداة تستمتع بشمارها البشرية وتستخدمها لزيادة قدراتها المعرفية والإبداعية، لكن الواقع لم يأت بهذه الإشرافة المنتظرة، حيث شابه الكثير من السلبيات التي تكاد تغرق أغلبية البشر في مخاطرها،



facebook

لـفيس بوك وإنشباب العربى

حيث أصبح باديا للعيان أن هذه التكنولوجيا تقود البشرية -في كثير من الأحيان- إلى ثقافة أحادية ضيقة يتم من خلالها فرض عطف واحد من التفكير، ولغة واحدة على الشر وتقليل التنوع في الفكر الإنساني، الأمر الذي يحمل بطياته الكثير من الأخطار على البشرية (صالح، 2005، ص 21-25).

وضمن السياق ذاته يبين مكى أنه: "لا يجوز إغفال خطورة الحقيقة المتمثلة في محاولات وسائل الإعلام للتأثير على تشكيل وتغيير الاتجاهات، فوسائل الإعلام القدرة على تغيير الاتجاهات غير المرغوبة تجاه أحداث معينة، وتثبيت تلك المرغوبة" (مكى، 2005، ص 121).

وجاء الإنترنت ليتربع على رأس نواتج تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، نظرا لما يقدمه من خدمات متعددة وشاملة لمختلف الشرائح والأوساط، حيث أن استخدام الإنترنت لم يعد أمرا اختياريا في المجمل، بل أصبح واقعا فرصه التطور الذي يشهده النظام العالمي الحديدي وحتمية أقرتها العولمة

ولم يعد أمام أحد من مجال الإنكار أن الإنترنت غير من سلوك وحياة الأفراد والجماعات وعلى أكثر من صعيد، ذلك أن القضاء متعدد الخدمات الذي يتيح الإنترنت أضحى مصدرا للمعلومات بدون منازع، على الأقل من ناحية كم المعلومات المتداولة والتسهيلات الخاصة بإسترجاعها (الداخلي، 2009، ص 48).

وفي نهايات القرن الماضي بدأت انطلاقة ما أطلق عليه "المواقع الاجتماعية" بالدخول إلى الإنترنت، وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح موقع (الفيس بوك) الاجتماعي أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وبدأ بانتزاع الصدارة بشكل حلي أمام المواقع الاجتماعية المسافسة الأخرى مثل تويتر، وماي سبيس، ويوتيوب، وغيرها، وخلال فترة قصيرة تحول موقع

(الفيس بوك) إلى ظاهرة إلكترونية تستحق الدراسة والبحث، خاصة أنه لم يعد مجرد موقع للتعارف بل اقتحم مناح عديدة من الحياة، وحقق انتشارا منقطع النظير.

وتشهد منطقتنا على المستويين الإقليمي والمحلي إقبالا متزايدا من قبل الشباب على الاشتراك في هذا الموقع، حيث أكد تقرير أطلقته شركة (سبوت أون للعلاقات العامة) أن عدد المشتركين في خدمة الإعلام الاجتماعي، (فيس بوك)، في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا أكثر من عدد المشتركين في الصحف التي يتم تداولها في الشرق الأوسط. حيث يرى ألكسندر مكناب، المدير في شركة سبوت أون للعلاقات العامة أن (الفيس بوك) أصبح بالنسبة للمستخدمين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا جزءا قيما من حياتهم اليومية، أما كارينغتون مالين، المدير العام للشركة فقد قال في معرض حديثه عن انتشار (الفيس بوك) في المنطقة: "لقد بدأ (الفيس بوك) ومصحات الإعلام الاجتماعي الأخرى الآن بتحديد كيفية اكتشاف الأشخاص للمعلومات وتشاركهم بها وكيفية تشكيلهم لأرائهم وتفاعلاتهم" (البوابة العربية للأخبار التقنية، 2010/5/24).

من هنا فقد أكد خبراء نفسيون أن ظاهرة إدمان استعمال (فيس بوك) بدأت واضحة، حيث لاحظوا أن هذا الولع له آثار جدية على حياة الفرد، بحيث يفقده الصلة بالواقع المعاش ويؤثر على عمله وعلاقاته بالمحيطين به. وتوضيحا لحجم المسألة، أفادت بولا بايل المعالجة النفسية للشؤون الزوجية والأسرية بولاية نورث كارولينا، أن استعمال الموقع بات وكأنه فعل قهري، بحيث يتيح لمستخدميه المجال للهروب من عالمهم إلى عالم (فيس بوك)، بحيث يقلب المشترك الموازين فينفصل رغما عنه عن العيش في عالمه الحقيقي ليعيش في عالم (الفيس بوك)، وتضيف أن المشكلة الحقيقية في الإدمان على (الفيس بوك) تظهر حينما يبدأ الفرد بإهمال عائلته، ولا يعود قادرا على الالتزام بعمله لأنه يرى في عالم (الفيس بوك) مكانا أكثر متعة لقضاء وقته مقارنة مع قضاء وقته في عالمه الحقيقي (نقلا عن Cohen, 23 April 2009).

ومن خلال تلك المؤشرات متفرقة أم مجتمعة - انصب اهتمام الدراسة على (القيس بوك) تحديداً، كونه الموقع الأكثر جذباً للشباب في الأردن، حيث تشير الإحصاءات إلى أن موقع (القيس بوك) يتبوأ المرتبة الأولى بين مواقع الإنترنت التي يتم الدخول إليها من قبل المستخدمين في المملكة (alexa، 2011)، وبالتالي تحديد ما إذا كانت هنالك علاقة لموقع (القيس بوك) في تشكيل أو إعادة تشكيل اتجاهات الشباب نحو علاقاتهم الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات التي تعكس طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، وبدون التجاوز عن اعتبار أن الأسرة هي الركيزة الأساسية لاستمرارية الذاتية الثقافية للشعوب وتوارثها، فهي ووفقاً لأبرر وطائفها؛ تعتبر أهم المؤسسات الاجتماعية والتربوية المسؤولة عن تزويد الجيل الجديد بالتربية والتعليم واكتساب الخبرات والمهارات والمؤهلات العلمية والتقنية لهوض المجتمعات ورفقها وتقدمها، عن طريق زرع الخصال القيمية والسلوكية الإيجابية في أبنائها، ورعايتهم من كل الجوانب، وإكسابهم أسس ومبادئ ومقومات الثقافة والتربية والتعليم لكي يكونوا قادرين على المشاركة الفاعلة في بقاء المجتمع وتطويره في كافة المجالات، مع الأخذ بطبيعة الحال أن ضعف أو تراجع التواصل داخل الأسرة، يؤدي - على الأغلب - إلى اختلالات في تلك الوظائف.

مشكلة الدراسة

يعد إقبال الشباب على الاشتراك في موقع (القيس بوك)، وقضاؤهم أوقاتاً طويلة نسبياً أمام شاشات الكمبيوتر وهم يتصفحون هذا الموقع تحديداً، قضية بحاجة للدراسة والتمحيص، فقد أصبح الشاب يلحظ غياب مشاركة صديق له في الجهة الأخرى من العالم عن الموقع، ولا يلحظ غياب أخيه في البيت. وأصبح من الجلي في عصرنا الحاضر أن الأسرة تأثرت وواجهت تحديات جسيمة أدت إلى تعيير مهامها ووظائفها والعلاقات بين أفرادها، نتيجة

للعديد من العوامل والمؤثرات التي تتعرض لها مجتمعاتنا، ومن أهمها: التقدم التكنولوجي والصناعي، وسرعة الاتصالات والتفجر المعرفي، وظهور أنماط جديدة من القيم والاتجاهات والمبادئ في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، وما تبعها . كل ذلك ساهم بشكل أو بآخر في اضطراب الحياة الأسرية، مما نتج عنه مشكلات نفسية وأسرية، انعكست على المجتمع عامة. (السفاسفة، 2003، ص 42).

وهالك خشية حقيقية من أن تراجع قيم الإنتماء والولاء لدى الشباب فيفرغ مفهوم الهوية من أركانه الرئيسية؛ الدين، اللغة، القيم، التراث، التاريخ، وحينئذ يعاني المجتمع من فتور وتلاشي أواصر المحبة بين أعضائه، ويتراجع التماسك الاجتماعي، وتتبدد القيم الحافزة على النهوض الثقافي والاجتماعي، والخوف أن هذه الأعراض بدأت تتفشى بين الشباب، الأمر الذي يستدعي دراستها (العنبي والضبع وإبراهيم، 2009، ص 9).

من هنا فقد انصب اهتمام الدراسة على البحث في مشاركة الشباب بموقع (الفيس بوك) وعلاقته باتجاهاتهم نحو علاقاتهم الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤثرات على طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، ولكون الأسرة أحد أهم الركائز الأساسية لتوارث الذاتية الثقافية للشعوب واستمرارها.

أسئلة الدراسة

تحاول هذه الدراسة الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما هي علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية؟

ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما نسبة المشتركين في (الفيس بوك) من الشباب؟
2. هل تختلف نسبة المشاركة بموقع (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس؟
3. ما مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع؟
4. ما درجة إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم؟
5. ما اتجاهات الشباب المشتركين وغير المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية؟
6. هل هناك فروق في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع الفيس نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس (ذكر، أنثى)؟

أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة المشاركة بموقع (الفيس بوك) وعلاقته باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من خلال الأهداف التفصيلية الآتية:
1. معرفة نسبة مشاركة الشباب الأردني في موقع (الفيس بوك).
 2. معرفة نسبة المشاركة من ناحية الجنس (الذكور والإناث).
 3. معرفة مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع.
 4. معرفة درجة إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم.
 5. معرفة اتجاهات الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية.
 6. معرفة إذا ما كان هنالك فروقا في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع الفيس نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس.

أهمية الدراسة

نتيجة لديناميكية التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال وتقنيات المعلومات، والمتغيرات المتسارعة والمتتالية التي نشهدها في عصرنا الحاضر، فإنه لا بد من دراسة الظواهر المستجدة بما يتلاءم وخصوصيات مجتمعاتنا.

وقد تفاجأت الباحثة من شح الدراسات العربية السابقة بموضوع (الفيس بوك) - وقد تكون حادثة تأسيس الموقع النسبية سببا وراء ذلك-، وبالتالي تم الاعتماد على الدراسات الأجنبية التي ترخر بمعلومات عنية وقيمة في مجال الدراسة الحالية، لكن لا يمكن الاعتداد كلياً فيها مهما بلغت جودتها ودقتها العلمية في مجال تعميم جميع نتائجها على مجتمعنا العربي، خصوصاً وأن هنالك مؤشرات تدل على بعض التباين في التعامل مع (الفيس بوك) في مجتمعاتنا العربية قياساً بالغرب.

على سبيل المثال وجد أن النسبة الأكبر لمستخدمي (الفيس بوك) في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا هي من الذكور، الأمر الذي يتناقض مع الأرقام الدولية، فهناك 37٪ فقط من المستخدمين النساء لموقع (فيس بوك) في الشرق الأوسط مقارنة مع نسبة تصل لحد 56٪ في الولايات المتحدة الأمريكية ونسبة 52٪ في المملكة المتحدة (البوابة العربية للأخبار التقنية، 2010/5/24).

وانطلاقاً من ذلك فقد تم استشعار حاجة المجتمع العربي عامة، والأردني خاصة إلى وجود دراسات في هذا المجال، تظهر نتائجها الواقع المحلي الذي تعيشه هذه المجتمعات، للخروج بنتائج وتوصيات مناسبة تفي بالمتطلبات الحقيقية للمجتمع العربي.

حيث يمكن لهذه الدراسة أن تضيف للمكتبة العربية معلومات جديدة حول موقع (الفيس بوك) الاجتماعي.

وربما تقدم النتائج التي تتوصل إليها فائدة في معرفة بعض الحقائق لمن يطلع عليها من صناع القرار الإعلامي.

تعريف المصطلحات

■ (الفيس بوك) *Facebook*: موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، وقد عرف موقع ويب-أويديا الموقع الإلكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية *Orgnet.com*

■ الاتجاهات: تبينت تعريفات الاتجاه تبايا ملحوظا، فقد ذكر جوردن ألبرت منذ أكثر من نصف قرن سبعة عشر تعريفا مختلفا للاتجاه، كما وجد ماكجواير في مسحه لتعريفات الاتجاه عام 1969 أن هنالك ما يقارب الثلاثين تعريفا له، وحاول ألبرت استخلاص العناصر الأساسية للاتجاه من التعريفات التي ذكرها، وتوصل إلى ثلاثة عناصر هي (نقلا عن علام، 2002، ص 517):

1. التهيؤ أو الاستعداد لاستجابات القول أو الرفض.
2. الاستجابات التي تنظمها الخبرة.
3. تحفز الاستجابات في وجود جميع الأشياء والمواقف التي يتعلق بها الاتجاه.

وبهذا جاء تعريف جوردن ألبرت للاتجاهات على أنها حالة من الاستعداد العقلي والعصبي، التي تتكون من خلال التجربة أو الخبرة، والتي تسبب تأثيرا موجهها أو ديناميا على استجابات الفرد لكل الموضوعات والمواقف التي ترتبط بهذا الاتجاه (سميسم، 2005، ص 57-58).

■ التعريف الإجرائي للاتجاهات: ويقاس الاتجاه إجرائياً بتحليل محصلة إجابات المستجيبين على أداة الدراسة المعدة لقياس اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية وعلاقة المشاركة بموقع (الميس بوك) بهذه الاتجاهات.

■ المعنى الإجرائي للشباب: ويقصد بالشباب في الدراسة الحالية، إن مفهوم الشباب لا يحمل تحديداً معني يختلف عن المفاهيم التي قدمها العلماء والمنظرون، ولكن تحديد المعنى الإجرائي لهذا المفهوم يعد أمراً مهماً وذلك من خلال اعتماد المتغير الخاص بالسن الذي يساعدنا في اختيار عينة الدراسة؛ وهي الذكور والإناث الواقعين ضمن المرحلة العمرية من 16-24 سنة في المملكة الأردنية الهاشمية.

■ التعريف الإجرائي للأسرة: تتكون الأسرة من الأم والأب والأبناء الذين يعيشون في بيت واحد.

■ العلاقات الأسرية: هي تلك العلاقات التي تقوم بين أدوار الزوج والزوجة والأبناء أي أنها طبيعة الاتصالات والتفاعلات التي تقع بين أعضاء الأسرة الذين يقيمون في منزل واحد وتشمل العلاقات التي تقع بين الزوج والزوجة، وبين الزوجين والأبناء، وبين الأبناء أنفسهم (عيث، 1992، ص 347).

■ المجتمعات الافتراضية. وعرفها حمادة علي أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي (حمادة، 2001، ص 34).

أما زايد فيرى أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني (زايد، 2003، ص 61).

حدود الدراسة الزمنية والمكانية

أجريت الدراسة في العام 2011. وجاءت حدودها المكانية ضمن جزء من المجتمع الأردني، يتمثل في شباب وشابات تتراوح أعمارهم بين (15-24 سنة).

محددات الدراسة

طبيعة المشاركة بموقع (الفيس بوك) تشهد تآميا وتغيرا سريعا ومتواصلا قد يحد من قدرة الباحث على متابعتها حتى خلال فترة إجراء الدراسة، الأمر الذي يحد نسبيا من تعميم النتائج التي تتوصل إليها أية دراسة في هذا المجال بشكل قاطع على الأوقات اللاحقة للدراسة.

وقد قامت الباحثة في هذه الدراسة وكمحاوله للتقليل الممكن من حالة عدم الثبات التي تشوب موضوع الدراسة بالاعتماد على النسب المئوية للأرقام التي حصلت عليها في تحليل النتائج، أكثر من اعتمادها على الأرقام المجردة، كون النسب تكون عادة أكثر ثباتا في مثل هذه المواضيع.

المبحث الثاني

الطريقة والإجراءات

المنهج المعتمد

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وذلك لملاءمته لأغراض الدراسة الحالية، ذلك أن المنهج الوصفي يعتبر من أهم المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية، إذ تم استخدام أسلوب المسح (الاستبيان) لجمع البيانات، والتعرف على خصائص الظاهرة، ولعل أكثر ما يميز أسلوب المسح إعطاء الفرصة لجمع كمية كبيرة من البيانات من مجتمع ضخم (كمجتمع الدراسة الحالية) عن طريق استخدام العينة وتعميم نتائجها، حيث يتم المسح على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة، وفي مكان معين، ويتجه إلى توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات أو الأوضاع الاجتماعية، وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها، أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها (ناشيماز، 2004، ص 65).

مجتمع الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من جميع الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنة) في الأردن، والبالغ عددهم (1.317 070) شاباً وشابة حسب إحصاءات دائرة الإحصاءات العامة لعام 2010م.

عينة الدراسة

تم تحديد حجم عينة الدراسة بـ (384) شاب وشابة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنة)، فجرى توزيع مقياس الدراسة عليهم، وقد تم تحديد عدد العينة بناء على تعداد مجتمع الدراسة وحساب العينة الممثلة له إحصائياً

بواسطة الاستعانة بحسابه إلكتروني عبر موقع (macorr.com) المتخصص بالبحوث والتحليلات الإحصائية، الملحق رقم (3).

وتم حساب نسب توزيع مجتمع الدراسة على محافظات المملكة، ثم تم توزيع أعداد عينة الدراسة على محافظات المملكة بما يساوي نسب توزيع مجتمع الدراسة، أي أنه تم أخذ نسبة مئوية من عينة الدراسة لكل محافظة بما يساوي نسبة الشباب في المجتمع لنفس المحافظة، وكما هو موضح بالجدول رقم (7).

أي أن نوع العينة في هذه الدراسة كانت عينة حصصية، ذلك أن العينة الحصصية هي التي يتم اختيار أفرادها من بين الجماعات أو الفئات ذات الخصائص المعينة، وبنسبة الحجم العددي لهذه الجماعات، وبشروط محددة مسبقاً (المعاينة، 2011، ص 145).

الجدول رقم (7)

يوضح أعداد ونسب مجتمع الدراسة في كل محافظة، وأعداد عينتها

المحافظة	تعداد مجتمع الدراسة	النسبة المئوية لتوزيع مجتمع الدراسة وعينتها على المحافظات	العينة
العاصمة	504560	38.3%	147
البلقاء	86180	6.54%	25
الرفقاء	187510	14.2%	55
مادبا	33740	2.56%	10
أربد	244260	18.54%	71
المفرق	62580	4.75%	19
جرش	41860	3.17%	13
عجلون	31075	2.35%	9
الكرك	52825	4.01%	16
الطفيلة	19685	1.49%	6
معان	26245	1.99%	8
العقة	26550	1.2%	5
المجموع	1317070	100%	384

كما تم تقسيم العينة لكل محافظة مناصفة بين الذكور والإناث، وفي المحافظات التي كان عدد عينتها فردياً تم تقسيم العدد مناصفة بين الذكور والإناث وأعطى العدد المفرد للذكر، وذلك حتى يتماشى مع التوزيع الحقيقي للجنسين في مجتمع الدراسة، والذي تريد فيه نسبة الذكور قليلاً عن الإناث، والجدول رقم (8) يبين توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس.

الجدول رقم (8)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	195	50.8%
أنثى	189	49.2%
المجموع	384	100.0%

الجدول رقم (9)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير السكن

الاقليم	التكرار	النسبة المئوية %
وسط	238	62.0%
شمال	119	31.0%
جنوب	27	7.0%
المجموع	384	100.0%

ثم روعي أثناء اختيار العينة التنوع في الأعمار وفي التخصصات وكذلك الطبقات الاجتماعية، فعلى سبيل المثال تم تجنب أن تتركز العينة في طلاب المدارس أو طلاب الجامعات فقط، أو أن تتركز في أحياء فقيرة أو غنية، وإنما

إعتمد التنوع قدر المستطاع، لتكون العينة أكثر تمثيلاً لمجتمع الدراسة، والجدول رقم (10) يبين التوزيع تبعاً لمتغير العمر.

الجدول رقم (10)

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
19 15	155	%41.0
24-20	223	%59.0
المجموع	378	%100.0

وقد تم توزيع الأداة (الإستمارة) على كل فرد من أفراد العينة باليد، وانتظاره حتى اتمام الإجابة ثم استعادتها منه، وبالتالي فقد تم استلام نفس العدد من الإستمارات التي تم توزيعها والبالغة (384) إستمارة.

أداة الدراسة

قامت الباحثة بتطوير مقياس الدراسة بعد الرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة الخاصة بموضوع اتجاهات الشباب والعلاقات الأسرية، والذي يتكون من قسمين الأول يتعلق بالمعلومات الديمغرافية، والثاني الذي يحتوي على عشرة أسئلة اختيار من متعدد، الملحق رقم (2)

صدق الأداة

للتحقق من صدق الأداة تم عرضها على مجموعة من المحكمين وعددهم (10) متخصصين في الصحافة والإعلام، وعلم الاجتماع، وعلم النفس والإرشاد النفسي والتربوي، من أجل الاستفادة من ملاحظاتهم فيما يتعلق بوضوح صياغة الفقرات وأتمائها للمحال الذي تقيسه، وقد أبدى المحكمين

مجموعة من الملاحظات تتعلق بصياغة بعض الفقرات، وحذف بعض الفقرات التي لا تنتمي إلى المجال، وقد تم اعتماد نسبة اتفاق (80%) فأكثر للإبقاء على الفقرة أو حذفها، وقد أبدى المحكمين ملاحظات تتعلق بوضوح بعض الفقرات ودقة صياغتها، والتي تم مراعاتها في الصيغة النهائية للمقياس.

ثبات الأداة

للتحقق من ثبات الأداة، قامت الباحثة بتطبيق أداة الدراسة على (40) فرداً ممن تنطبق عليهم خصائص مجتمع الدراسة، وبعد ثلاثة أسابيع تم تطبيق أداة الدراسة مرة أخرى على العينة نفسها، وقد تم حساب معامل الارتباط بين التطبيقين كمؤشر على الثبات بطريقة الإعادة ((Test-retest، وبلغ معامل الثبات (0.78)، وقد قامت الباحثة باستخراج معامل الثبات بطريقة كرونباخ ألفا، وقد بلغ معامل الثبات (0.81)، وهذا يشير إلى أن المقياس يتمتع بدلالات ثبات مناسبة.

إجراءات تطبيق الدراسة

- قامت الباحثة بإجراء دراسة إستطلاعية على عينة مقدارها 28 شاباً وشابه، هدفت إلى تكوين فكرة عامة عن مدى شيوع الاشتراك بـ(الفيس بوك) لدى فئة الشباب، والمبينة بالملحق رقم (1).
- بعد الاطلاع على الأدب النظري الخاص بموضوع الدراسة، تم بناء مقياس الدراسة، والمبين في الملحق رقم (2).
- تحديد عدد افراد عينة الدراسة بـ(384) شاب وشابة، مبين في الملحق رقم (3).
- عرض أداة القياس على عشر محكمين بغرض التمكن من صدقها.

- تطبيق الأداة على عينة من 40 شابا، ثم إعادة تطبيقها بعد ثلاثة أسابيع، للتحقق من الثبات بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test-retest).
- تعديل الأداة وفقا لآراء الخبراء.
- توزيع المقياس على أفراد عينة الدراسة، وفقا لعدد العينة في كل محافظة من محافظات المملكة.
- عند توزيع المقياس على أفراد العينة روعي كذلك أن يتناسب التوزيع من حيث النوع (ذكر، أنثى) مع توزيع النوع في مجتمع الدراسة.
- تم توزيع الأداة (الإستمارة) على كل فرد من أفراد العينة باليد، وانتظاره حتى اتمام الإجابة ثم استعادتها منه، وبالتالي فقد تم استلام نفس العدد من الإستمارة التي تم توزيعها والبالغة (384) إستمارة.
- جمع البيانات وتفرغها بالحاسوب تمهيدا لتحليلها.
- تحليل نتائج التطبيق.
- كتابة التقرير النهائي للدراسة.

المعالجة الإحصائية

- من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:
- التكرارات والنسب المئوية، لإعطاء الأرقام مدلولات صحيحة تمكن الباحثة من تحليلها بطريقة منطقية، والخروج بالتالي بنتائج صحيحة تحاكي الواقع.

صعوبات الدراسة

تمثلت صعوبات الدراسة التي واجهتها الباحثة بما يلي:

1. شح المراجع العربية العلمية المتعلقة بموضوع (الفيس بوك)، نظرا لحدائته في العالم، وبالتالي اضطرت الباحثة للإعتماد على المصادر الأجنبية.
2. الأحداث والمستجدات المتتالية والسريعة في شأن (الفيس بوك)، أوجدت أمام الباحثة ثلاثة أنواع من الصعوبات، هي:
 - أ. هنالك كم كبير من التطورات والمستجدات التي تتطلب من الباحثة مواصلة المتابعة حتى آخر لحظة من إجراء الدراسة.
 - ب. عدم وجود مراجع علمية تعطي الأحداث الجديدة (لحدائنها).
 - ج. معظم الأدب المكتوب حول (الفيس بوك) يصعب الإعتماد عليه، لعدم إعتماده المهج العلمي الصحيح، فعلى سبيل المثال كانت التواريخ المحددة للأحداث غير متوفرة بشكل دقيق، حيث ترى الباحثة أن الكتابة والبحث في (الفيس بوك) يتطلب كتابة من نوع حديث؛ تتناسب مع سرعة المستجدات، ويبدو أن هذا الأمر لم يعتد عليه بعد بعض الباحثين.

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

مدخل

بعد اطلاع الباحثة على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، برر أمامها شح جلي في الدراسات المحلية أو العربية التي تتناول موضوع (الفيس بوك) مما يخدم موضوع الدراسة، وبذلك فقد انصب الاعتماد الأكثر في هذا المجال على الدراسات الأجنبية، وتم اعتماد الدراسات السابقة التالية لصلتها بموضوع الدراسة وهي:

أولاً: الدراسات العربية

■ دراسة إيمان أمين الشمايلة (2006) بعنوان (مقياس الآثار الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت)، هدفت الدراسة إلى بناء مقياس لآثار العلاقات الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت، وبينت النتائج أن درجة تأثير الإنترنت سلبية وبدرجة قليلة في مجال العادات والتقاليد، والمجال الديني، ومجال الإدمان على الإنترنت، بينما كان التأثير سلبياً بدرجة متوسطة في المجال النفسي، والمجال الأخلاقي، أما المجال السياسي فكان التأثير إيجابياً بدرجة قليلة، كما كان التأثير إيجابياً وبدرجة كبيرة في المجال العلمي والثقافي.

كما خلصت الدراسة إلى أن درجة التأثير كانت أكبر في جميع المجالات عند الذكور سواء في المجالات السلبية أو الإيجابية عن درجته عند الإناث.

■ دراسة حلمي ساري (2008) بعنوان (تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري)، هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع

القطري، حيث تم اختيار عينة عشوائية مكونة من (471) فردا ورعت عليهم استبانة مكونة من (21) سؤالاً، ومن بين ما توصلت إليه أن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من الذكور، وكان للتواصل مع الإنترنت تأثير في المتصلين على اتصالهم الشخصي المباشر مع أفراد أسرهم وأصدقائهم ومعارفهم، كما أظهرت قدرة للاتصال عبر الإنترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية، وتوصلت كذلك إلى وجود تأثيرات للإنترنت في نسق التفاعل الاجتماعي لدى المتصلين فيه تمثلت في تراجع عدد زياراتهم لأقاربهم، وتراجع نشاطاتهم الاجتماعية، وزيادة نسبة الشعور بالاعترا ب عن مجتمعهم المحلي.

■ دراسة سماح حسين القاضي (2009) بعنوان (تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية)، حيث خلصت الباحثة إلى وجود علاقة ارتباطية بين تلفزيون الواقع وزيادة استهلاك السلع الاستهلاكية الثقافية واليومية، كما وجدت علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لبرامج تلفزيون الواقع وتبني نمط الحياة الاستهلاكية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

■ دراسة Aryn Karpinski (2009) بعنوان

(The academic impact of the Facebook)

التأثير الأكاديمي لـ (الفيس بوك)، هدفت الدراسة إلى إيجاد العلاقة بين الاشتراك بموقع (الفيس بوك) وبين التحصيل الأكاديمي لطلبة الجامعات، حيث شملت عينة الدراسة 219 طالباً من جامعة أوهايو، وتبين أن أن الدرجات التي يحصل عليها طلاب الجامعات المشتركين في موقع (الفيس بوك) أدنى بشكل واضح من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع، وأكدت على أنه كلما تصفح الطالب الجامعي هذا الموقع كلما تدبت علاماته في الامتحانات، وقد اعترف 79٪ من الطلاب الذين شملتهم الدراسة بأن

اشتراكهم في الموقع أثر سلباً على تحصيلهم الدراسي، وقد وجدت الدراسة أن 65٪ من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يتفقدون رصيدهم يومياً، كما أنها لم تجد اختلافاً في تأثير الاشتراك في الموقع بناءً على الجنس، حيث كان التأثير متساوياً بين الإناث والذكور.

■ دراسة (2009) Lesly Simmons بعنوان

(Common sense, Social Networks and the Workplace: the Generational divide explored)

الحس العام، الشبكات الاجتماعية ومكان العمل: استكشاف لتقسيم الأجيال، درست الباحثة أثر الشبكات الاجتماعية في الإنترنت على المثل والقيم الأخلاقية في المجتمع، وتراجع مستوى المهنية في بيئة العمل، وخلصت إلى أن للشبكات الاجتماعية تأثير سلبي على مستوى المهنية في العمل، ومن ذلك قيام الرؤساء بالتأثير بمشاركات مرؤوسيهـم على الشبكات الاجتماعية عند القيام بتقييمهم، إذ لم تعد إتاحة الموظف وحرفيته المعيار الأساسي في التقييم، وترى أن تطور الشبكات الاجتماعية السريع لم يواكبه الدراية اللازمة من قبل المستخدمين الراشدين والمراهقين على حد سواء، حيث يتأثر المراهقون بالبالغين، وكذلك يتأثر البالغون بالمراهقين داخل المجتمعات الإلكترونية، الأمر الذي يهدد قواعد المجتمع القيمية والأخلاقية إن استمر الوضع القائم.

■ دراسة (2010) Jason Soon بعنوان

(Did Facebook Absorb Freewill?)

هل اختزل (الفيس بوك) الإرادة الحرة؟، بحثت الدراسة في مستوى ضغط القرباء على الفرد، ومساهمتهم الضاغطة في زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في مبتكرات الاتصال الجديد، حيث استخدمت البيانات التي تم جمعها عن الطلبة غير المتخرجين من جامعة "نورث إيسترن"

لمعرفة الصغوط التي تعرضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون في موقع (الفيس بوك)، لاختبار نظرية جديدة في "الإذعان المجتمعي"، ويخلص الباحث إلى أن (الفيس بوك) بشكله الراهن كموقع اجتماعي تفاعلي يؤدي إلى ضمور حرية الفرد في الاختيار، لتصبح خياراته متأثرة بصغوط المجتمع الإلكتروني والرققاء.

■ دراسة (2010) Michael Laine بعنوان

(Effects of Group Categories on the structure of Online Social Networks)

آثار فئات المجموعة في بنية الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، يصف الباحث مواقع أوركت، (فيس بوك)، وفرندستر بأنها مواقع اجتماعية بحثية، في حين أن مواقع يوتيوب، وفليكر على أنها تغطي مجالات متعددة مع احتوائها على المحتوى الاجتماعي كذلك، وتتمحور الدراسة على البحث في موقع اليوتيوب، وتقوم على الربط ما بين المحتوى ووسيلة الاتصال، مع التركيز على الخاصية الجديدة التي أدخلها موقع اليوتيوب والمتمثلة بإتاحة إمكانية أمام المشتركين في تكوين جماعات داخل الموقع، ولا تكتفي الدراسة في تصنيف هذه المجموعات وإنما تدرس الأنشطة التي تشجعها هذه المجموعات، وكيفيه بنائها وتطورها، ونوع الرابط الذي يحفز الأعضاء الجدد على المشاركة في مجموعات اليوتيوب.

خلصت الدراسة إلى أن لفئة المحتوى سلطة وتأثير قوي على سلوك أفرادها، بحيث يمكن من خلال الاطلاع على فئة محتوى المعاني الموجودة بكل مجموعة التنبؤ في طبيعة أفرادها وطريقة عموها، وبهذا فإن عالمنا الذي أصبح صغيراً - قرية صغيرة - بات يقوم على المجموعات التي تتحكم مضامينها في سلوك أفرادها، الأمر الذي يوضح مدى قوة سيطرة وتحكم المجموعة في الفرد.

■ دراسة (2010) National College of Ireland بعنوان
(Face the Facts, An eye-tracking study investigating how Irish users engage with advertising and media on Facebook)

مواجهة الحقائق، دراسة مسحية تتفحص انعماس الإيرلنديين بالاعلان والإعلام على (الفيس بوك)، تبحث الدراسة في كيفية تعامل الإيرلنديين مع شبكات التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع (الفيس بوك)، وتظهر الصفحات الأكثر جاذبية فيه، وأسباب الإقبال على الاشتراك في الموقع، ومدى تأثير المشتركين بما يقدم لهم من خلال الموقع، وتبحث في طبيعة وحجم مشاركات المشتركين.

خلصت الدراسة إلى أن جنس المشتركين (ذكورا أو إناثا) لا يؤثر في طبيعة التفاعل مع (الفيس بوك)، إلا أن عامل العمر أثر بشكل ملحوظ على طبيعة التعامل مع هذا الموقع.

■ دراسة (2010) Madeline Schwartz بعنوان
(The Usage of Facebook as It Relates to Narcissism, Self-Esteem and Loneliness)

استخدام (الفيس بوك) وعلاقته بالترجسية، تقدير الذات والوحدة، تبحث الدراسة في تأثير الاشتراك في موقع (الفيس بوك) على المراهقين، والعلاقة بين الإفراط في التعرض لموقع (الفيس بوك) وتقدير الذات، وتعزيز الترجسية، وزيادة الشعور بالوحدة، ووجدت الدراسة أن (الفيس بوك) يجعل مشتركيه يعيشون حالة أثناء تواجدهم على الموقع يصعب أن يعيشوها في واقعهم، مما يخفض من درجة تقديرهم لذاتهم، في حين لم تعط الأرقام ارتباطا قويا بين الاشتراك في الموقع ورفع درجة الترجسية عند مستخدميها، لكنها بينت أن الترجسيين يحاولون إحاطة أنفسهم بعدد كبير من الأصدقاء على الشبكة، كما أوضحت الدراسة علاقة سلبية بين الترجسية والشعور بالوحدة، في حين وجدت أن العلاقة إيجابية بين الشعور بالوحدة والتردد على جميع مكروبات

الاستخدام المتاحة في الموقع، ووجدت أن إفراط المراهقين وقضائهم فترات زمنية طويلة في التواجد على الموقع يحرمهم من فرصة الكشف عن ذاتهم تلك الخاصة التي يجب أن تنمو وتتكاثر في مرحلة المراهقة للمساهمة في بناء شخصياتهم بشكل متكامل، الأمر الذي يؤثر سلباً على مقومات بناء التنمية في المجتمع والدولة.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

لقد إستفادت الباحثة فعليا من الإطلاع على تلك الدراسات مجتمعة وفردى في جوانب عدة؛ ومن أهم هذه الجوانب أنها أضافت كمحصلة مجتمعة أبعاداً هامة إلى إحصاءات الدراسة الحالية، ومكنت الباحثة من تكوين تصور أوضح وأدق لمشكلة الدراسة وأهدافها، ورصد أهم الجوانب المنهجية، إضافة إلى مساهمتها في صياغة تساؤلات الدراسة وتصميم استمارتها الميدانية.

وتصدرت كل واحدة من تلك الدراسات بتقديم بعض الفوائد التفصيلية للدراسة الحالية؛ حيث يستفاد من دراسة إيمان الشمايلة وكونها دراسة محلية فإنها تتيح للباحثة مجالاً للمقارنة بين نتائجها ونتائج الدراسة الحالية خصوصاً في المجال الاجتماعي، نظراً لوجود فاصل زمني طويل نسبياً يفصل بين الدراستين، في حين أن دراسة حلمي ساري عززت موضوع الدراسة الحالية في وجود علاقة ما بين الإنترنت والعلاقات الاجتماعية التي تضم بطبيعة الحال العلاقات الأسرية، إضافة إلى الاستفادة من منهجيتها ومراجعتها، بينما جاءت دراسة سماح القاضي لتؤكد على أن هنالك علاقة للإعلام الحديدي في تفسير الاتجاهات، وهذه الجزئية تعتبر من أهم ما بني عليه موضوع الدراسة الحالية، أما دراسة Aryn Karpinski فهي تثبت مدى إقبال الشباب على الاشتراك بموقع (الفيس بوك)، كما تثبت أن (الفيس بوك) يؤثر في جوانب مختلفة من حياة مشتركيه، وهو ما تحاول الدراسة الحالية الوقوف عليه من ناحية تحديد نسبة

انتشار المشاركة فيه بين الشباب الأردني، وتأثيره على العلاقات الأسرية لمشاركه، وتأتي دراسة Lesly Simmons لتؤكد أن العلاقات الاجتماعية التي تحدث في المجتمع الافتراضي بين المشاركين على موقع (الفيس بوك) تسبب في تغيير نوع وشكل العلاقات في المجتمع الحقيقي، وهذا ما تبحثه الدراسة الحالية في شأن تغيير شكل العلاقات الأسرية نتيجة الاشتراك بهذا الموقع، بينما لفتت دراسة Jason Soon بطر الباحثة إلى الانتباه في دراستها لتأثير القرباء والأصدقاء في التشجيع على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، كون هذه الدراسة تعطي تصورا عن تسبب الاشتراك في موقع (الفيس بوك) في تقليل إمكانية تكوين اتجاهات فردية حرة لدى أفراد المجتمع المشاركين نتيجة زيادة درجة الإذعان عندهم لضغط القرناء، وتأتي دراسة Michael Laine لتكمل البحث في سلطة وأثر محتوى المجموعات المتواجدة في المواقع الاجتماعية على سلوك أفرادها، وهذا يقدم تصورا لسيطرة (الفيس بوك) على مشاركته على اعتباره أهم المواقع التي تقوم على المجموعات، أما دراسة Na-tional College of Ireland التي تؤكد عدم تأثير عامل جنس المشاركين (إناثا أو ذكورا) في طبيعة التفاعل مع (الفيس بوك) في المجتمع الإيرلندي، هذه النتيجة تتيح للدراسة الحالية فرصة قياس هذه النتيجة في المجتمع الأردني ومقارنتها، وبالنسبة لدراسة Madeline Schwartz فإنها تحدم فكرة الدراسة في أن الإفراط بالتعرض (للفيس بوك) يوصل المشترك عن عالمه الحقيقي ولا يتيح أمامه اكتشاف وتكوين اتجاهاته الخاصة، الأمر الذي ساهم في توحيه الدراسة الحالية إلى الاهتمام بقياس درجة التعرض بالنسبة للمشاركين.

ولعل أكثر ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات التي سبقتها هو المكان الجغرافي الذي أحرث عليه، فهي تدرس اشتراك الشباب في مجتمع شرقي بموقع (الفيس بوك)، وعلاقة اشتراك هذا القطاع بالأسرة، آخذة بعين الاعتبار خصوصية هذه العلاقة في المجتمعات الشرقية، الأمر الذي يوضح جانب من تأثيرات ما بات يسمى بـ "الإعلام الجديد" على بنية هذه المجتمعات.

المبحث الرابع

نتائج الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى الإجابة على السؤال الرئيسي المتمثل بمعرفة علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية، والذي تجيب عليه أسئلة الدراسة الفرعية، ولتحقيق ذلك، تم اختيار عينة متاحة بلغت (384) فرداً، وبعد جمع البيانات، وتحليلها إحصائياً، توصلت الباحثة إلى النتائج التي تجيب على أسئلة الدراسة الفرعية. وفقاً لما يلي:

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول: ما نسبة المشتركين في موقع (الفيس بوك) من الشباب؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجدول (11) يبين نتائج ذلك.

الجدول (11)

التكرارات والنسب المئوية لنسبة الشباب المشتركين وغير المشتركين في (الفيس بوك)

المشتركين	التكرار	النسبة المئوية %
مشترك	282	73.4%
غير مشترك	102	26.6%
المجموع	384	100%

من الجدول رقم (11) يتضح أن (73.4%) من أفراد عينة الدراسة مشتركين بموقع (الفيس بوك)، في حين أن (26.6%) من أفراد عينة الدراسة غير مشتركين بـ(الفيس بوك).

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني: هل تختلف نسبة المشاركة بموقع (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجدول (12) يبين نتائج ذلك.

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية لنسبة الشباب المشتركين وغير المشتركين في (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس

الجنس	مشترك	النسبة المئوية للمشاركين	غير مشترك	النسبة المئوية لعدم المشاركين	المجموع
ذكر	158	56%	37	36.3%	195
انثى	124	44%	65	63.7%	189
المجموع	282	100%	102	100%	384

من الجدول رقم (12) يتضح أن نسبة الذكور من أفراد عينة الدراسة المشتركين بموقع (الفيس بوك) بلغت (56%)، في حين أن نسبة الإناث بلغت (44%)، أما أفراد عينة الدراسة غير مشتركين بـ (الفيس بوك) فقد بلغت نسبة الذكور منهم (36.3%)، وبلغت نسبة الإناث (63.7%).

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجدول (13) (14) يبين نتائج ذلك.

الجدول (13)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال تفقد الحساب على موقع (الفيس بوك)
(للمشاركين فقط)

النسبة المئوية %	التكرار	تفقد الحساب
73.8%	208	يومية
16.3%	46	أسبوعياً
2.8%	8	شهرياً
7.1%	20	مرات متباعدة
100%	282	المجموع

من الجدول رقم (13) يتضح ان (73.8%) من أفراد عينة الدراسة من المشاركين بموقع (الفيس بوك) يتفقدون حسابهم على الموقع يوميا، في حين ان (16.3%) منهم يتفقدون حسابهم أسبوعياً، و(2.8%) يتفقدوه شهرياً، والبقية البالغة (7.1%) يتفقدوه في مرات متباعدة.

الجدول (14)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال عدد الساعات التقريبية التي يقضيها المشاركون على موقع (الفيس بوك) في اليوم (للمشاركين الذين يتفقدون حسابهم يوميا)

النسبة المئوية %	التكرار	عدد الساعات
13.5%	28	أقل من ساعة
29.8%	62	ساعة-أقل من ساعتين
29.3%	61	ساعتين-أقل من ثلاث ساعات
27.4%	57	ثلاث ساعات أو أكثر يومياً
100%	208	المجموع

من الجدول رقم (14) يتضح من أفراد عينة الدراسة المشتركين بموقع (الفيس بوك) والذين يتفقدون حسابهم يوميا أن (13.5%) يقضون أقل من ساعة يوميا في تفقد حسابهم على موقع (الفيس بوك)، في حين أن (29.8%) منهم يقضون ساعة وأقل من ساعتين يوميا في تفقد الموقع، و(29.3%) منهم يقضون ساعتين وأقل من ثلاث ساعات يوميا، والبقية السالعة (27.4%) منهم يقضون في تفقد الموقع ثلاث ساعات أو أكثر يوميا.

رابعا: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع. ما مدى إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجدول (15) (16) تين نتائج ذلك.

الجدول (15)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال رؤية المشتركين حول أن (الفيس بوك) قد قلل من الوقت الذي يقضونه مع الأسرة (المشاركين فقط)

وقت الأسرة	التكرار	النسبة المئوية %
نعم، بقدر كبير	72	25.5%
نعم، الى حد ما	90	31.9%
لا	103	36.5%
لا أعرف	17	6.0%
المجموع	282	100%

من الجدول رقم (15) يتضح من أفراد عينة الدراسة المشتركين بموقع (الفيس بوك) أن (25.5%) منهم يعتقدون أن اشتراكهم بموقع (الفيس بوك) قلل بقدر كبير من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، في حين أن (31.9%) منهم يرون أن

اشتركهم في الموقع قلل إلى حد ما من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، و(36.5٪) منهم لا يعتقدون بأن اشتراكهم بموقع (الفيس بوك) قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، والبقية البالغة (6.6٪) لا يعرفون إذا ما كان اشتراكهم في (الفيس بوك) قلل أو لم يقلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم.

الجدول (16)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال شعور المشتركين في المجمل إن كان اشتراكهم في موقع (الفيس بوك) أثر على حياتهم (للمشاركين فقط)

تأثير (الفيس بوك)	التكرار	النسبة المئوية %
إيجابية	128	45.6%
سلبية	43	15.3%
لم يؤثر	70	24.9%
لم لاحظ	40	14.2%
المجموع	281	100%

من الجدول رقم (16) يتضح من أفراد عينة الدراسة المشتركين بموقع (الفيس بوك) أن (45.6٪) منهم يشعرون أن اشتراكهم في موقع (الفيس بوك) أثر إيجابيا على حياتهم، في حين أن (15.3٪) يشعرون أن اشتراكهم أثر سلبيا على حياتهم، و(24.9٪) لا يشعرون أن اشتراكهم في (الفيس بوك) أثر على حياتهم، والبقية البالغة (14.2٪) لم يلاحظوا تأثيرا له على حياتهم.

خامسا: النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الخامس. ما اتجاهات الشباب المشتركين وغير المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية لمقياس الدراسة، والجدول (17) (18) (19) (20) (21) تبين نتائج ذلك.

جدول (17)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال عدد الساعات التي يقضيها الشباب مع أفراد الأسرة
(للمشاركين وغير المشاركين)

عدد الساعات التي تقضيها مع أفراد أسرتك	مشارك	النسبة المئوية للمشاركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشاركين	المجموع
لا أخصص معهم في أحاديث	28	9.9%	8	7.9%	36
أقل من ساعة	75	26.6%	18	17.8%	93
ساعة وأقل من ساعتين	66	23.4%	24	23.8%	90
ساعتين أو أكثر	113	40.1%	51	50.5%	164
المجموع	282	100%	101	100%	383

من الجدول رقم (17) يتضح أن (9.9%) من المشاركين في موقع (الفيس بوك) لا يحضون بالمجمل بأحاديث مع أحد من أطراف أسرهم، مقابل (7.9%) من غير المشاركين، في حين أن (26.6%) من المشاركين يحضون بأحاديث مع أحد أطراف الأسرة - على الأقل - لأقل من ساعة يوميا، مقابل (17.8%) من غير المشاركين، و(23.4%) من المشاركين يتحدثون داخل أسرهم ساعة وأقل من ساعتين يوميا، مقابل (23.8%) من غير المشاركين، والبقية من المشاركين البالغة (40.1%) يحضون بتلك الأحاديث لساعتين أو أكثر يوميا، مقابل (50.5%) من غير المشاركين.

جدول (18)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال الشخص المصطل للتحدث معه عن الهوايات
(للمشاركين وغير المشاركين)

المجموع	النسبة المئوية لغير المشاركين	غير مشارك	النسبة المئوية للمشاركين	مشارك	التحدث عن الهوايات
106	0	0	37.6%	106	اصدقاؤك المقربين على الموقع
58	16.7%	17	14.5%	41	أحد الابوين
93	40.2%	41	18.4%	52	أحد الاخوة أو الاخوات
122	43.1%	44	29.5%	83	لا احد من المذكورين
384	100%	102	100%	282	المجموع

من الجدول رقم (18) يتضح أن (37.6%) من المشاركين في موقع (الفيس بوك) يفضلون التحدث عن هواياتهم مع أصدقائهم المقربين على (الفيس بوك)، مقابل (0.0%) بالطبع من غير المشاركين، في حين أن (14.5%) من المشاركين يفضلون التحدث عن هواياتهم لأحد الأبوين، مقابل (16.7%) من غير المشاركين، و(18.4%) من المشاركين يفضلون التحدث عن هواياتهم لأحد الإخوة أو الأخوات، مقابل (40.2%) من غير المشاركين، والبقية من المشاركين البالغة (29.5%) لا يفضلون التحدث عن هواياتهم إلى أي من أنمي الذكر، مقابل (43.1%) من غير المشاركين.

جدول (19)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال الشخص المضل للحدث معه عن المشاكل اليومية والمواقف
الحياتية (للمشاركين وغير المشاركين)

التحدث عن المشاكل	مشارك	النسبة المئوية للمشاركين	غير مشارك	النسبة المئوية لغير المشاركين	المجموع
اصدقاؤك المقربين على الموقع	87	31%	0	0	87
أحد الأبوين	39	13.9%	31	30.4%	70
أحد الأخوة أو الأخوات	52	18.5%	31	30.4%	83
لا أحد من المذكورين	103	36.6%	40	39.2%	136
المجموع	281	100%	102	100%	383

من الجدول رقم (19) يتضح أن (31.0%) من المشاركين في موقع (الفيس بوك) يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية مع أصدقائهم المقربين على الموقع، مقابل (0.0%) بالطبع من غير المشاركين، في حين أن (13.9%) من المشاركين يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأحد الأبوين، مقابل (30.4%) من غير المشاركين، و(18.5%) من المشاركين يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأحد الإخوة أو الأخوات، مقابل (30.4%) من غير المشاركين، والبقية من المشاركين البالغة (36.6%) لا يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية إلى أي من آفي الذكر، مقابل (39.2%) من غير المشاركين.

جدول (20)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال موقف الشباب ازاء تخطيط الأسرة للقيام برحلة
(للمشاركين وغير المشاركين)

المجموع	النسبة المئوية لغير المشاركين	غير مشارك	النسبة المئوية للمشاركين	مشارك	القيام برحلة
197	52%	53	51.1%	144	ترافقهم عادة، وانت سعيد برفقتهم
61	20.6%	21	14.2%	40	ترافقهم عادة، لكن بدون ان تستمتع
78	14.7%	15	22.3%	63	تمضل ممارسة نشاط خاص فيك وعدم مرافقتهم
48	12.7%	13	12.4%	35	لا تهلك مثل هذه الخطط
384	100%	102	100%	282	المجموع

من الجدول رقم (20) يتضح أن (51.1%) من المشاركين في موقع (الميس بوك) يرافقون أسرهم في الرحلات وهم سعيدون بهذا، مقابل (52.0%) من غير المشاركين، في حين أن (14.2%) من المشاركين يرافقون أسرهم في الرحلات دون أن يستمتعوا، مقابل (20.6%) من غير المشاركين، و(22.3%) من المشاركين يفضلون ممارسة نشاط خاص فيهم ولا يرافقون أسرهم في الرحلات، مقابل (14.7%) من غير المشاركين، والبقية من المشاركين البالغة (12.4%) لا يهتمهم أمر مرافقة الأسرة في الرحلات، مقابل (12.7%) من غير المشاركين.

جدول (21)

التكرارات والنسب المئوية لسؤال موقف الشاب اراء مرافقة الأسرة لزيارة الأقارب
(للمشاركين وغير المشاركين)

زيارة الأقارب	مشارك	النسبة المئوية للمشاركين	غير مشترك	النسبة المئوية لغير المشاركين	المجموع
تحب أن ترافقهم في هذه الزيارات	112	39.7%	56	55%	168
ترافقهم مضطراً، دون أن تستمتع	64	22.7%	17	16.7%	81
لا ترافقهم على الإطلاق	49	17.4%	10	9.8%	59
لا يهمل هذا الأمر	57	20.2%	19	18.5%	76
المجموع	282	100%	102	100%	384

من الجدول رقم (21) يتضح أن (39.7%) من المشاركين في موقع (الفيس بوك) يحسون مرافقة أسرهم في الزيارات العائلية، مقابل (55.0%) من غير المشاركين، في حين أن (22.7%) من المشاركين يرافقون أسرهم في الزيارات العائلية مضطرين دون أن يستمتعوا، مقابل (16.7%) من غير المشاركين، و(17.4%) من المشاركين لا يرافقون أسرهم في الزيارات العائلية على الإطلاق، مقابل (9.8%) من غير المشاركين، والبقية من المشاركين البالغة (20.2%) لا يهتمهم أمر مرافقة الأسرة في الزيارات العائلية، مقابل (18.5%) من غير المشاركين.

سادسا. النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي السادس: هل هناك فروق في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع الفيس نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس؟

جدول (22)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعا لمتغير عدد الساعات التي يقضيها الشباب مع الأسرة باختلاف متغير الجنس

المجموع	غير مشترك				المجموع	مشترك				المشاركين وغير المشاركين	
	انثى		ذكر			انثى		ذكر			
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	لا 'خوف من مهم في احاديث اقل من ساعة ساعة واقل من ساعتين ساعتين او اكثر المجموع	
7.9%	8	4.6%	3	13.5%	5	9.9%	28	12.1%	15		
17.8%	18	14.1%	9	24.4%	9	26.6%	75	17.7%	22		
23.8%	24	17.2%	11	35.1%	13	23.4%	66	21.8%	27		
50.5%	51	64.1%	41	27.0%	10	40.1%	113	48.4%	60		
100%	101	100%	64	100%	37	100%	282	100%	124	100%	158

جدول (23)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعاً لمتغير التحدث عن الهوايات

باختلاف متغير الجنس

التحدث عن الهوايات	مشارك						غير مشترك				المجموع	
	أنثى			ذكر			أنثى		ذكر		النسبة المئوية	العدد
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد		
مصادقاً أو المقربين على الموقع	44.9%	35	28.2%	106	37.6%	0	0%	0	0%	0	0%	0
أحد الأقران	10.1%	25	20.2%	41	14.5%	5	13.5%	12	10.5%	17	16.7%	17
أحد الأصدقاء أو الأقارب	17.7%	24	19.3%	52	18.4%	10	27.0%	31	47.7%	41	40.2%	41
لا أحد من المذكورين	27.3%	40	32.3%	83	29.5%	22	59.5%	22	33.8%	44	43.1%	44
المجموع	100%	124	100%	282	100%	37	100%	65	100%	102	100%	102

جدول (24)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعا لمتغير التحدث عن المشاكل

باختلاف متغير الجنس

المجموع		غير مشترك				المجموع				مشترك				التحدث عن المشاكل
		انثى		ذكر		العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية			
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	
%0	0	%0	0	%0	0	%31.0	87	%21.1	26	%38.6	61			اصداقك المقربين على (الفيس بوك)
%30.4	31	%38.5	25	%16.2	6	%13.8	39	%17.1	21	%11.4	18			أحد الأصدقاء
%30.4	31	%29.2	19	%32.4	12	%18.5	52	%22.0	27	%15.8	25			أحد الأصدقاء أو الأخوات
%39.2	40	%32.3	21	%43.2	16	%36.7	103	%39.8	49	%34.2	54			لا أحد من المذكورين
%100	102	%100	65	%100	37	%100	281	%100	123	%100	158			المجموع

جدول (25)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعاً لمتغير القيام برحلة

باختلاف متغير الجنس

المجموع	عبر مشترك				المجموع				مشارك				المشاركين وغير المشتركين
	ذكر		أنثى		العدد		النسبة المئوية		العدد		النسبة المئوية		
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية			
52.0 %	53	60.0 %	39	37.9 %	14	37.9 %	144	51.6 %	64	50.6 %	80	50.6 %	نرافقهم عادة، وانت سعيد برافقتهم
20.6 %	21	21.5 %	14	18.9 %	7	18.9 %	40	16.1 %	20	12.7 %	20	12.7 %	نرافقهم عادة لكن بدون أن تستمتع
14.7 %	15	10.8 %	7	21.6 %	8	21.6 %	63	20.2 %	25	24.0 %	38	24.0 %	أفضل ممارسة نشاط خاص فليك
12.7 %	3	7.7 %	5	21.6 %	8	21.6 %	35	12.1 %	15	12.1 %	20	12.7 %	وعدم مرافقتهم
100 %	102	100 %	65	100 %	37	100 %	282	100 %	124	100 %	158	100 %	لا تهمل مثل هذه الخطط
													المجموع

جدول (26)

نتائج التكرارات والنسب المئوية للاختلاف تبعاً لمعيار زيارة الأقارب
باختلاف متغير الجنس

المجموع		غير مشترك				المجموع				مشترك				المشركين وغير المشتركين
		أنثى		ذكر		النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد			
النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	ريادة لأقارب
%54.9	56	%63.1	41	%40.6	15	%39.7	112	%48.4	60	%32.9	52			تخيب أن ترافقهم في هذه الزيارات
%16.7	17	%20.0	13	%10.8	4	%22.7	64	%22.6	28	%22.8	36			ترافقهم معطراً، دون أن تستمتع
%9.8	10	%4.6	3	%18.9	7	%17.4	49	%13.7	17	%20.3	32			لا ترافقهم على الإطلاق
%18.6	19	%12.3	8	%29.7	11	%20.2	57	%15.3	19	%24	38			لا يهمك هذا الامر
%100	102	%100	65	%100	37	%100	282	%100	124	%100	158			المجموع



facebook

الفصل الخامس: علاقة الشركة بموقع الفيس بوك

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية، والجداول (22) (23) (24) (25) (26) تين نتائج ذلك.

من الجدول رقم (22) يتضح أن نسبة الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) اللذين لا يخوضون بالمجمل بأحاديث مع أحد من أفراد أسرهم بلغت (8.3%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (13.5%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) اللاتي لا يخصصن بالمجمل بأحاديث مع أحد من أفراد أسرهن (12.1%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (4.6%) من مجمل مثيلاتهن غير المشتركات.

وبلغت نسبة الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) اللذين يخوضون بأحاديث مع أحد أطراف الأسرة لأقل من ساعة يوميا (33.5%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (24.4%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) اللاتي يخصصن بأحاديث لأقل من ساعة يوميا مع أحد من أفراد أسرهن (17.7%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (14.1%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يمضون من ساعة إلى أقل من ساعتين؛ فقد بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (24.7%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (35.1%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (21.8%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (17.2%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يمضون من ساعتين أو أكثر؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (33.5%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (0.27%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات

بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (48.4%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (64.1%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

من الجدول رقم (23) يتضح من محمل أفراد عينة الدراسة المشتركين وغير المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن الجهة المفضل التحدث معها عن هوايات؛ أن نسبة من يفضل أن يتحدث مع أصدقائه المقربين على (الفيس بوك) من الذكور المشتركين بلغت (44.9%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، وبالطبع بلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (0.0%)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (28.2%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، وقابلتها نسبة (0.0%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يفضلون التحدث عن هواياتهم مع أحد الأبوين؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) (10.1%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (13.5%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع الفيس من هذه الفئة (20.2%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (10.5%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يفضلون التحدث عن هواياتهم لأحد الإخوة أو الأخوات؛ فقد بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (17.7%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (27.0%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (19.3%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (47.7%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من لا يفضلون التحدث عن هواياتهم لأي من آففي الذكر؛ بلغت نسبة



facebook

(المصل: الخامس: علاقه المشاركة بموقع الفيس بوك)

الذكور المشتركين منهم (27.3%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين عامة، قابل هذه النسبة (59.5%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (32.3%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات عامة، مقابل (33.8%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

الجدول رقم (24) يوضح الجهة المفضل التحدث معها عن المشاكل اليومية؛ ذلك أن نسبة من يفضل أن يتحدث مع أصدقائه المقربين على (الفيس بوك) عن مشاكله اليومية من الذكور المشتركين بلغت (38.6%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، وبالطبع بلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (0.0%)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (21.1%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، وقابلتها نسبة (0.0%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية مع أحد الأبوين؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) (11.4%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (16.2%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع الفيس من هذه الفئة (17.1%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (38.5%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأحد الإخوة أو الأخوات؛ فقد بلغت نسبة نسبة الذكور المشتركين منهم (15.8%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (32.4%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (22.0%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (29.2%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من لا يفضلون التحدث عن مشاكلهم اليومية لأي من أنفي الذكر؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (34.2%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل

هذه النسبة (2/43) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (8/39) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (3/32) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما الجدول رقم (25) فيوضح الموقف من تخطيط الأسرة للقيام برحلة؛ ذلك أن نسبة من يرافقوا أسرهم في الرحلات ويسعدون بمرافقة أسرهم؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (6/50) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (9/37) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (6/51) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (0/60) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يرافقون أسرهم في الرحلات لكن بدون أن يستمتعوا؛ فقد بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (7/12) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (9/18) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) من هذه الفئة (1/16) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (5/21) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من يفضل ممارسة نشاط خاص فيه وعدم مرافقة الأسرة من الذكور المشتركين بلغت (0/24) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، وبلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (6/21)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (2/20) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، وقابلتها نسبة (8/10) من مجمل الإناث غير المشتركات.

في حين أن من لا يهتمهم أمر تخطيط الأسرة للرحلات؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين (7/12) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (6/21) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة

الإناث المشتركات بموقع الفيس من هذه الفئة (12.1%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (77%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

والجدول رقم (26) يوضح أن من يحبون مرافقة أسرهم في زيارة الأقارب؛ بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (48.4%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (40.6%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (48.4%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (63.1%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

وبالنسبة لمن يرافقون أسرهم في زيارة الأقارب مضطرين بدون أن يستمتعوا؛ فقد بلغت نسبة الذكور المشتركين منهم (22.8%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (10.8%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (22.6%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (20.0%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

أما من لا يرافقون أسرهم في زيارة الأقارب من الذكور المشتركين فقد بلغت (20.3%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، وبلغت النسبة المقابلة من مجمل الذكور غير المشتركين (18.9%)، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (13.7%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، وقابلتها نسبة (4.6%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

ومن لا تهمهم زيارات الأقارب التي تقوم بها أسرهم؛ فقد بلغت هذه النسبة لدى الذكور المشتركين (24.0%) من مجمل نسبة الذكور المشتركين، قابل هذه النسبة (29.7%) من مجمل الذكور غير المشتركين، في حين بلغت نسبة الإناث المشتركات من هذه الفئة (15.3%) من مجمل نسبة الإناث المشتركات، مقابل (12.3%) من مجمل الإناث غير المشتركات.

المبحث الخامس

مناقشة نتائج الدراسة

يتضمن هذا المبحث عرضاً لمناقشة النتائج التي توصلت إليها الدراسة والتوصيات التي خرجت بها.

النتائج التي توصلت إليها الدراسة

أولاً؛ مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الأول للدراسة: "ما نسبة المشتركين في موقع (الفيس بوك) من الشباب؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت، أن نسبة الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في (الفيس بوك) تبلغ (73.4٪) من مجمل الشباب الأردني.

ويمكن اعتبار هذه النسبة عالية نسبياً، إذا ما قيسَت بنسبة متصفحِي الإنترنت بالمملكة والمالعة (27.2٪) من كافة الشرائح العمرية في المملكة، ذلك أنه من المسلم به أن ليس كل مشترك في الإنترنت لديه اشتراك على موقع (الفيس بوك)، وبالتالي ووفقاً للربط بين المعطيات الثلاثة الآتية، يستشف أن معظم مشتركي الإنترنت في المملكة هم من فئة الشباب، وتتمثل هذه المعطيات، بما يلي:

1. تحتل نسبة الاشتراك في موقع (الفيس بوك) (73.4٪) من مجمل شريحة عمرية محددة (الشباب).
2. تبلغ نسبة الاشتراك بالإنترنت في الأردن (27.2٪) من كافة شرائح المجتمع.
3. (الفيس بوك) هو الموقع الأكثر تصفحاً في الأردن.

إن اجتماع تلك العناصر يؤكد أن الشباب هم الشريحة العمرية المؤثرة والأكثر تصفحا للإنترنت في المملكة، ذلك أنه عندما تكون نسبة التصفح في الإنترنت ومن جميع الشرائح العمرية غير عالية، ثم يجعل اشتراك ثلاثة أرباع إحدى الشرائح الممثلة لمرحلة عمرية معينة في المملكة بموقع إلكتروني هو الموقع الأكثر استخداما في المملكة، هذا بالتأكيد سيعني أن تلك الشريحة هي الشريحة الفاعلة في الإنترنت ككل، وبالتأكيد فإن فاعلية هذه المجموعة ستكون في هذا الجانب بسبب كثرة عددها النسبية إلى محمل أعداد المستخدمين للإنترنت.

وعن تعليل سبب هذا الإقبال الكبير من فئة الشباب على الاشتراك في موقع (الفيس بوك)، فإنه يمكن لنظرية الاستخدامات والإشاعات أن تقدم تفسيراً منطقياً لحجم هذا الإقبال، فيبدو أن استخدام موقع (الفيس بوك) من قبل الشباب، يشبع عندهم حاجات متنوعة، لعل أهمها:

1. الحاجة الاجتماعية؛ إن موقع (الفيس بوك) كموقع اجتماعي، يقدم للشباب نوعاً من الإشباع الاجتماعي، ذلك أن الشاب وخصوصاً في بداية مرحلة الشباب، يكون بحاجة ماسة لأن يبدأ حياته الاجتماعية بالتواصل كراشد مع باقي أعضاء المجتمع، لكن الذي يحدث غالباً أن المجتمع لا يليق له هذا التعامل (كراشد)، فهو مارال يراه صغيراً غصاً، فيجد الشاب في استخدام موقع (الفيس بوك) إشباعاً لهذه الحاجة التي قد لا يحصل عليها في مكان آخر.

2. الحاجة لمعرفة الجنس الآخر؛ يحتاج الفرد في مرحلة الشباب أن يبدأ في التعرف وتكوين إتصال مع الجنس الآخر، وبالنظر إلى مجتمعاتنا المحافظة فإن هذه الحاجة يصعب إشباعها لدى الشاب ضمن الأطر التقليدية للعلاقات الاجتماعية في المجتمع، فيجد أن استخدام موقع (الفيس بوك) يشبع هذه الحاجة عنده سواء كان هذا الإشباع كلياً أو جزئياً.

3. الحاجة للمعرفة؛ يحتاج الشباب إلى المعرفة الواسعة في مختلف المجالات، موقع (الفيس بوك) قادر على تقديم الإشباع المعرفي وتزويد الشباب عموماً بمعرفة متعمقة بالعالم، لما فيه من تنوع في كافة المجالات.
4. الحاجة للإشباع الفكري؛ يحقق الشاب من خلال استخدامه موقع (الفيس بوك) إشباعاً فكرياً عن طريق تمكّنه من طرح أفكاره (الاجتماعية والسياسية والعلمية وغيرها) بدون التحفظات والمحاذير الاجتماعية والسياسية القائمة في مجتمعه خصوصاً في مثل مجتمعاتنا المحافظة، والتي تعيش ضمن أنظمة غير مكتملة الديمقراطية -على أحسن تقدير- ولا تبيح حرية التعبير.
5. الحاجة إلى الترفيه والتسلية؛ فهذا المجال مفتوح أمام مستخدم الموقع.

ثانياً: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الثاني: 'هل تختلف نسبة المشاركة بموقع (الفيس بوك) باختلاف متغير الجنس؟'

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها، أن نسبة الذكور في الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في موقع (الفيس بوك) كانت أكبر من نسبة مشاركة الإناث، حيث شكل الذكور (56٪) من مجمل الشباب الأردني المشترك في (الفيس بوك)، وقابلته نسبة (44٪) عند الإناث.

وتختلف هذه النتيجة في المجتمع الأردني عما هو عليه في المجتمعات الغربية، حيث تفيد الدراسات الغربية إلى أن اتجاه اشتراك الإناث في موقع (الفيس بوك) يفوق اتجاهات الذكور للاشتراك، إذ بلغت نسبة المشاركات من الإناث في الولايات المتحدة الأمريكية (56٪) من إجمالي المشاركين، وبلغت هذه النسبة في المملكة المتحدة (52٪)، لكن اتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع نتائج الدراسات في منطقة الشرق الأوسط، حيث بلغت نسبة الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) في الشرق الأوسط (37٪) فقط.

وبذلك تكون نسبة الإناث المشاركات بموقع (الفيس بوك) في الأردن والتي أظهرتها الدراسة الحالية (44٪)، قد انسجمت مع نتيجة الدراسة التي أجرتها شركة سيوت أون للعلاقات العامة عام 2010 والتي بينت أن اشتراك الإناث في موقع (الفيس بوك) في منطقة الشرق الأوسط يبلغ (37٪)، والتي يقع الأردن ضمنها، لكن وعلى الرغم من هذا الاتفاق، إلا أن اتجاه مشاركة الإناث في الأردن بموقع (الفيس بوك) كان أعلى من اتجاههن منطقة الشرق الأوسط بسبع درجات، وهو الأمر الذي يمكن أن يستتج من خلاله أنه يمكن اعتبار مشاركة الإناث بموقع (الفيس بوك) في الأردن من السبب العالية في منطقة الشرق الأوسط.

وبالعودة إلى زيادة نسبة الإناث المشاركات بالموقع عن الذكور في الدول الغربية، فإنه يمكن تعليل هذه الزيادة بناء على طبيعة المجتمعات الغربية المتقدمة، التي يطفئ عليها الجانب العملي والمنطقي، هذا من جانب، ومن جانب آخر وبالنظر إلى طبيعة المرأة التي تكون في العادة أكثر ميلا للعاطفية والرومانسية، فإن هذا النمط من الحياة العملية لا يشبع بالكامل حاجاتها العاطفية، فتسعى لسد حاجتها من الإشباع العاطفي بالاتجاه لموقع (الفيس بوك) (نظرية الاستخدامات والإشباع).

في حين أن الوضع في مجتمعاتنا الشرقية يكون معكوسا، فعلى الرغم من أن النظرة السطحية لهذه المجتمعات الأكثر محافظة تظهر أن مساحة الحرية الممنوحة للأنثى تكون أقل عادة من المساحة لدى الذكر، إلا أن هذا أدى إلى أن تشعر الأنثى الشرقية أنها مرغوبة، ومجرد شعور الأنثى بذلك - حتى ولو لم يكن من حقها الاستجابة - فإنه يشبع مساحة كبيرة من حاجاتها العاطفية، أما الذكر الشرقي، فهو المطلوب منه في العادة البحث والسعي عن الأنثى التي غالبا ما يفشل في الوصول إليها، بالتالي فإنه وعلى الرغم من طبيعة الذكر الأكثر عقلانية والأقل عاطفية، إلا أن حاجاته العاطفية غالبا ما تبقى بدرجة

إشباع متدية، وبالتالي يكون أكثر إقبالا على المشاركة في موقع (الفيس بوك)، الذي قد يقدم له المزيد من الإشباعات (نظرية الاستخدامات والإشباعات).

ومؤكد أنه في مجال اتجاهات مشاركة الإناث والذكور لموقع (الفيس بوك)، هنالك عوامل وأسباب أخرى متعددة (كالتواحي الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والعادات والتقاليد وغيرها)، إلا أنه لا يمكن إغفال أهمية الحوائج الوجدانية والعاطفية، في هذا المجال.

ثالثا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الثالث للدراسة وهو: "ما مدى تعرض الشباب المشتركين في موقع (الفيس بوك) للموقع؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد موقع (الفيس بوك) يوميا، حيث بلغت نسبتهم (73.8%) من مجمل المشتركين.

وبالنظر إلى دراسة Aryn Karpinski (2009) التي هدفت إلى إيجاد العلاقة بين الاشتراك بموقع (الفيس بوك) وبين التحصيل الأكاديمي لطلبة الجامعات، بينت إحدى نتائجها أن (65%) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) يتمقدون رصيدهم يوميا، فاعتبرتها نسبة عالية للغاية، ومن خلال هذه النقطة تحديدا، يمكن الحكم بوضوح أكبر على ارتفاع هذه النسبة بين الشباب الأردني، إذ تزيد هذه النسبة في الدراسة الحالية عن النسبة التي اعتبرتها الدراسة السابقة عالية بنحو تسع درجات.

كما وجدت الدراسة الحالية أن أكثر من نصف الذين يتصفحون موقعهم يوميا (56.7%) يمضون ساعتين أو أكثر في تصفح الموقع، وأن (27.4%) يمضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا، ومؤكد أن تلك نسب تعرض عالية

للغاية، وهذا ما تتفق فيه الدراسة الحالية مع دراسة Madeline Schwartz (2010)، التي وحدت أن إفراط المراهقين وقضائهم فترات زمنية طويلة في التواجد على موقع (الفيس بوك) بات يحرمهم من فرصة الكشف عن ذاتهم، وهي الخاصية التي يحب أن تنمو وتتكامل في مرحلة المراهقة والشباب للمساهمة في بناء شخصياتهم بشكل متكامل، الأمر الذي يؤثر سلباً على مقومات بناء التنمية في المجتمع والدولة.

ولعل أحد أهم الأسباب التي تقف حلف ارتفاع نسب تعرض الشباب الأردني لموقع (الفيس بوك)، ما ورد خلال استعراض سمات وخصائص الموقع، في مدى حاذية الموقع وسهولة استعماله وتنوع خدماته المتاحة وهذا يطبق على مشتركي الأردن وجميع المشتركين في مختلف دول العالم، هذا من جانب، ومن جانب آخر؛ ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع فإن ارتفاع نسب التعرض للموقع تعود إلى أنه وعلى الرغم من التطور الذي يعيشه المجتمع الأردني، إلا أنه لا زال يعتبر أكثر محدودية وأقل تنوعاً من المجتمعات الغربية التي تزخر بالخيارات المتاحة أمام الشباب لتمضية أوقاتهم في جوانب متعددة، سواء كانت في مجالات الترفيه والتسلية، أو الجوانب العلمية والثقافية، أو غيرها، وهذه المحدودية النسبية في الخيارات أمام الشباب الأردني، تجعلهم وهم الذين يتميزون -وفقاً لمرحلتهم العمرية- بحب الاكتشاف والمغامرة، يشبعون حاجاتهم إلى إيجاد التنوع عن طريق قضاء أوقات طويلة على موقع (الفيس بوك) الذي يكاد يشكل عالماً قائماً بذاته من حيث التنوع.

كذلك فإن مساحة حرية التعبير أمام الشباب في مجتمعاتنا تعتبر محدودة نسبياً، وهذه المحدودية تشمل جوانب عدة؛ فإيه لا يقبل من الشاب التعبير بحرية عن آرائه -خصوصاً إذا خالفت ما قبلت به هذه المجتمعات- إزاء السياسة أو العادات أو القيم أو الأمور الدينية وغيرها، وبوجود (الفيس بوك)

الذي يتيح له مساحة الحرية المفقودة منه، يصحح هذا الموقع المنبر الذي يرى نفسه فيه حتى قبل أن يراه الآخرون، فيزيد التصاقه فيه ولا يعود راغبا في الخروج منه.

وتقدم كذلك دراسة (Jason Soon 2010) تفسيراً إضافياً لزيادة تعرض الشباب لموقع (الفيس بوك)، حيث بحثت هذه الدراسة السابقة في مستوى ضغط القراء على الفرد، ومساهماتهم الضاغطة في زيادة مستوى اشتراك طلاب الكليات والمعاهد في منكرات الاتصال الجديد، حيث استخدمت البيانات التي تم جمعها عن الطلبة غير المتخرجين من جامعة "نورث إيسترن" لمعرفة الضغوط التي تعرضوا لها من أقرانهم وجعلتهم يشتركون في موقع (الفيس بوك)، لاحتبار نظرية جديدة في "الإذعان المجتمعي"، حيث خلصت إلى أن (الفيس بوك) بشكله الراهن كموقع اجتماعي تفاعلي يؤدي إلى ضمور حرية الفرد في الاختيار، لتصحح خياراته متأثرة بضعوط المجتمع الإلكتروني والرفقاء.

رابعا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي الرابع للدراسة: "ما إدراك المشتركين في موقع (الفيس بوك) لتأثيره على حياتهم؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن أكثر من نصف الشباب المشترك بموقع (الفيس بوك) (57.4%) يعتقدون أن اشتراكهم بالموقع قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، وعلى الرغم من إدراك هذه النسبة الكبيرة بأن اشتراكهم بالموقع قد قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، إلا أنهم لا يحاولون التخفيف أو إحداث إجراء يحول أو يقلل من ذلك، وخير دليل على ذلك ارتفاع نسب التعرض للموقع.

وبذات الوقت، يرى (45.6%) من المشتركين في موقع (الفيس بوك) أنه في المجمال أثر على حياتهم إيجابيا، الأمر الذي يتناقض بشكل أو بآخر مع

النسبة المرتفعة السابقة (57.4%) والمتعلقة بتسبب اشتراكهم في الموقع بالتقليل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، وهذا التناقض يشير بشكل أو بآخر إلى عدم عمق في إدراك تأثير الاشتراك في الموقع عليهم. وما يزيد من مبررات هذا التفسير أن نسبة (14.2%) لم يستطيعوا أن يحددوا فيما إذا كان اشتراكهم في الموقع أثر أو لم يؤثر على حياتهم.

خامساً. مناقشة النتائج المتعلقة بالإحابة على السؤال الفرعي الخامس للدراسة: "ما اتجاهات الشباب المشتركين وغير المشتركين في موقع (الفيس بوك) نحو العلاقات الأسرية؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية، وحساب فروق السبب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن اتجاه الشباب المشتركين بموقع (الفيس بوك) للتواصل والتفاعل مع أسرهم كان أقل من اتجاه الشباب غير المشتركين.

ولتوضيح ملامح هذا التراجع بشكل أكثر دقة، قامت الباحثة بمناقشة النتائج بناء على تقسيم الاتجاهات نحو الأسرة إلى قسمين، هما:

1. التواصل مع الأسرة من خلال الحوار والأحاديث.
2. التفاعل مع أنشطة الأسرة.

1. مناقشة اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من جانب "التواصل مع الأسرة من خلال الحوار والأحاديث": (ثلاث فقرات)

أ. الفقرة الأولى، المتعلقة بالاتجاه للخوض بأحاديث مع الأسرة:

حيث زادت اتجاهات المشتركين بالموقع عن غير المشتركين بدرجتين بالنسبة لمن لا يخوضون بأحاديث مع أسرهم، ورادت اتجاهات المشتركين الذين يتحدثون لأقل من ساعة يومياً مع الأسرة أو أحد أعضائها بقدر (8.8)

درجات، في حين أن اتجاهات المشتركين تساوت تقريباً مع اتجاهات غير المشتركين عند من يخوضون بأحداث مع الأسرة لساعة وأقل من ساعتين، وتراجعت اتجاهات المشاركين عن غير المشاركين حينما زاد التفاعل، أي عند الإجابة على خيار من يخوض لساعتين وأكثر في الأحداث مع الأسرة، حيث قلت اتجاهات المشاركين عن غير المشاركين بمقدار (10.4) درجة، وبالتالي فقد بلغ مجموع درجات تراجع الاتجاهات في التواصل مع الأسرة خلال هذه الفقرة بمقدار (12.4) درجة.

ب. الفقرة الثانية: المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن الهوايات والأمر المحيية:

تبين أن اتجاهات أغلب المشاركين في موقع (الفيس بوك) تتجه إلى تفضيل التحدث عن هواياتهم والأشياء التي يحبونها لأصدقائهم على الموقع، بينما كان معظم غير المشتركين يفضلون الإخوة للتحدث معهم عن الهوايات، ولوحظ أن اتجاهات من يحدث الوالدين عن هواياتهم انخفضت لدى المشتركين عن غير المشتركين بمقدار (2.2) درجة، لكن الانخفاض الواضح الأكبر كان مع الإخوة، حيث قلت اتجاهات المشتركين الذين يتحدثون عن هواياتهم مع إخوانهم عن غير المشتركين بمقدار (21.8) درجة، أي أن اتجاه التواصل مع الأسرة خلال هذه الفقرة قد تراجع لدى المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير المشتركين بمقدار (24) درجة، وهذا تفاوت ملحوظ وكبير للغاية.

ج. الفقرة الثالثة: المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية:

وبالنسبة للشخص المفصل للتحدث معه عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية فقد انخفضت اتجاهات المشتركين عن غير المشتركين الذين يفضلون التحدث عن مشاكلهم لأحد الأبوين إلى (16.5) درجة، وعن الإخوة

انخفضت الاتجاهات لدى المشتركين إلى (11.9) درجة، أي أن تراجع اتجاهات التواصل بالحديث مع الأسرة عن المشاكل الحياتية تراجع لدى المشتركين بمقدار (28.4) درجة.

2. مناقشة اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من جانب "التفاعل مع أنشطة الأسرة": (فقرتين)

أ. الفقرة الأولى: المتعلقة بالاتجاه للتفاعل مع الأسرة في النشاطات الترويحية أظهرت النتائج أن التفاعل والمشاركة مع الأسرة في النشاطات الترويحية، قد تراجعت اتجاهاته لدى المشتركين في موقع (الميسر بوك) بمقدار (9.14) درجة عن غير المشتركين.

ب. الفقرة الثانية: المتعلقة بالاتجاه للتفاعل مع الأسرة في النشاطات الاجتماعية. تبين أن الاتجاهات للتفاعل والمشاركة في نشاطات الأسرة الاجتماعية قد تراجعت أيضا عند المشتركين بموقع (الميسر بوك)، حيث تراجعت اتجاهات المشاركة والتفاعل مع الأسرة في الريارات العائلية لدى المشتركين بمقدار (17) درجة عن غير المشتركين.

3 مناقشة عامة لاتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية

لقد اتفقت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة التي بحثت في جوانب مختلفة لتأثير موقع (الميسر بوك) على مشتركيه، حيث وجدت الدراسة الحالية أن المشاركة في هذا الموقع يعبر من اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية ويقلل التواصل والتفاعل معها.

فقد تبين من خلال حساب المتوسط الحسابي للفروقات بين المشتركين وغير المشتركين في اتجاهاتهم نحو الأسرة، أن الاتجاه للتواصل مع الأسرة من خلال الأحاديث والحوار تراجع عند المشتركين بموقع (الميسر بوك) بقدر (21.6) درجة، وتراجعت اتجاهات التفاعل مع أنشطة الأسرة لدى المشتركين بمتوسط حسابي قدره (16) درجة.

من هنا وجدت الدراسة الحالية أن المشاركة في موقع (الفيس بوك) أثر بشكل ملحوظ على اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية، إذ قلل من درجات التواصل والتفاعل مع الأسرة، ولعل أخطر ما في هذا التراجع هو نسبة التراجع في التواصل مع الإخوة في التحدث عن الهوايات والتي بلغت (21.8) درجة، حيث يتضح أن اشتراك الشاب في الموقع يشبع لديه الحاجة إلى التواصل مع دائرة الأقران في المجتمع الحقيقي، وبالطبع فإن الإخوة يقعون ضمن هذه الدائرة، الأمر الذي قد يؤدي إلى تساعد الإخوة وتقليص العلاقة بينهم، مما ينبئ بتفكك الأواصل الأسرية، على اعتبار أن روابط الإخوة هي التي تمثل الامتداد المستقبلي لروابط الأسرة، خصوصا عندما يتروح الأبناء ويتوفى الوالدان.

سادسا: مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الفرعي السادس للدراسة: "هل هناك فروق في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس؟"

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي التي تمت بناء على حساب التكرارات والنسب المئوية، وحساب فروق النسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مقياسها أن هنالك فروقا في اتجاهات الشباب المشتركين بموقع (الفيس بوك) نحو علاقاتهم الأسرية باختلاف متغير الجنس.

1 مناقشة فروق اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس من جانب "التواصل مع الأسرة من خلال الحوار والأحاديث" (ثلاث فقرات)

أ. الفقرة الأولى؛ المتعلقة بالاتجاه للخوض بأحاديث مع الأسرة

تبيّن أن هنالك فروقا واضحة في اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية بناء على اختلاف الجنس، حيث تراجعت نسب الخوض في أحاديث مع الأسرة لدى كل من الذكور والإناث المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير

المشاركين من الذكور والإناث، لكن درجة التراجع عند المشاركين تفاوتت بين الذكور والإناث، حيث انخفضت نسبة خوض الأحاديث مع الأسرة لدى المشاركين الذكور عن غير المشاركين من الذكور بمقدار (7.8) درجة، في حين بلغ قدر التراجع في ذلك عند الإناث المشاركات عن غير المشاركات مقدار (22.2) درجة.

ومن جانب آخر وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاه للخوض بالحديث مع الأسرة، فقد تم حساب التباين بين استجابات الإناث والذكور المشاركين، والتباين والفروق بين استجابات الإناث والذكور غير المشاركين، ثم تم حساب الفرق بين مجاميع التباينين، لتظهر فروق الاتجاهات بين الجنسين بشكل محدد، (وقد تم اعتماد هذه الحسبة في هذه الفقرة وبكل الفقرات المشابهة اللاحقة)، وبالطبع فإنه كلما كان الفرق قليلاً تكون فروق الاتجاه قليلة، والعكس صحيح، أما إذا كان الفرق بين مجاميع التباينين صفراً، فهذا يدل على انعدام وجود فروق في الاتجاهات باختلاف الجنس، حيث تبين أن مجموع التباين بين استجابات الذكور والإناث المشاركين بلغ (37.4) درجة، في حين بلغ مجموع التباين بين الذكور والإناث غير المشاركين (74.2) درجة، وبهذا يكون تباين الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هو (36.8) درجة.

وهذا مؤشر على أنه؛ وإن اتفق الحنسان من المشاركين بموقع (الميس بوك) في نفس الاتجاه نحو تراجع التواصل مع الأسرة عبر الخوص في الأحاديث مع أفرادها، إلا أن درجة الاتجاه كانت متفاوتة بشكل واضح بينهما، وكانت اتجاهات الإناث الأكثر تأثراً.

ب. الفقرة الثانية؛ المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن الهوايات والأمر المحبة:

فيما يتعلق بالشخص المفضل للتحدث معه عن الهوايات والأمور المحببة، فقد تراجعت اتجاهات التحدث مع الأسرة عن الهوايات لدى كل من الذكور والإناث المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير المشتركين من الذكور والإناث، لكن درجة التراجع عند الجنسين من المشتركين تفاوتت، حيث انخفضت اتجاهات التحدث عن الهوايات والأشياء المحببة مع الأسرة لدى المشاركين الذكور عن غير المشاركين من الذكور بمقدار (12.7) درجة، في حين بلغ قدر التراجع في تلك الاتجاهات عند الإناث المشتركات عن غير المشتركات (18.7) درجة.

ومن جانب آخر وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاه للحديث عن الهوايات والأمور المحببة مع الأسرة، تبين أن التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الفيس بوك) بلغ (16.7) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور والإناث غير المشتركين (48.7) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (32) درجة، وهذا أيضا مؤشر على فروق كبيرة في درجة الاتجاه بين الجنسين.

لكن لوحظ في هذه الفقرة أنه وعلى الرغم من تراجع التواصل من خلال التحدث عن الهوايات عند الإناث المشتركات في مجمله، إلا أنه سجلن اتجاهًا أعلى للتواصل ضمن جرئية التحدث عن الهوايات لأحد الوالدين عن مثيلاتهم من غير المشتركات، إذ بلغت درجة ارتفاع اتجاهات الفتيات المشتركات اللاتي يتحدثن مع أحد والديهن عن هواياتهن والأمور التي يحببنها (7.9) درجة، ولعل تعليل هذه الزيادة في الاتجاه للتواصل بهذه الجرئية تحديداً يكون مردها إلى زيادة شعور الإناث المشتركات بموقع (الفيس بوك) بثقتهم بأنفسهن وبقدراتهن، وبالتالي شعورهن بالرغبة في ممارسة أمر لم يكن متيسراً أمامهن في الماضي، ذلك أن الأبوين في مجتمعاتنا الشرقية كانا يتعاملان في أغلب الأحيان مع الإناث من منطلق إعدادهن لتحمل مسؤوليات الزواج

وتكوين أسرة والعناية بالمهام المنزلية وتربية الأولاد، وصمّن هذا الإطار كان لابد أن يكون التحدث عن هوايات الإناث بأضيق الأطر، وربما ضمن تلك الأطر يكون هنالك اعتقاد بأن التحوّل مع الأنثى في مثل هذه القضايا، قد يفسدها ويحول دون إعدادها الصحيح للمهمة الأهم التي تنتظرها، وبالتالي فإن الأنثى عندما تدخل مجتمع (الفيس بوك)، وتعرّ عن رأيها، وتنقل بين صفحاته المختلفة بحرية، باتت تشعر أكثر بذاتها، الأمر الذي إنعكس على الواقع، إذ أصبحت تشعر أن لها الحق في التعبير عن ذاتها وما تحبه وتكرهه، وبالتالي راد عنها الاتجاه للتواصل مع والديها في هذا الجانب، وخير دليل على ذلك هو تراجع الاتجاه للتواصل مع الإخوة والأخوات في التحدث عن الهوايات من قبل المشتركات بمقدار (28.4) درجة، ذلك أن المفد الوحيد تقريبا الذي كان متاحا لها للتحدث عن نفسها هو الإخوة، وخصوصا الأخوات، أي أن تعليل زيادة الاتجاه للتواصل مع الأبوين في التحدث عن الهوايات جاء حبا في خوض تجربة لم تكن متاحة أمامها.

على العموم، وحول هذه الفقرة؛ تبين أن الحسنين من المشتركين بموقع (الفيس بوك) اتفقا في نفس الاتجاه نحو تراجع التواصل مع الأسرة عبر الخوض في الأحاديث مع أفرادها عموما عن الهوايات والأمور المحببة، إلا أن درجة الاتجاهات كانت متفاوتة بشكل واضح بينهما، وكانت الإناث الأكثر تأثرا من الذكور على الرغم من جزئية زيادة التواصل مع الأبوين في التحدث عن الهوايات لدى الإناث المشتركات كما ذكر آنفا.

ج. الفقرة الثالثة؛ المتعلقة بالاتجاه للتحدث مع الأسرة عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية:

وعن الشخص المفضل التحدث معه عن المشاكل اليومية والمواقف الحياتية فقد تراحت اتجاهات التحدث مع الأسرة عن المشاكل اليومية لدى كل من الذكور والإناث المشتركين بموقع (الفيس بوك) عن غير المشتركين من الذكور

والإناث، لكن درجة التراجع عند المشتركين تفاوتت بين الذكور والإناث، حيث انخفضت نسبة التحدث عن المشاكل اليومية مع الأسرة لدى المشاركين الذكور عن غير المشاركين من الذكور بمقدار (21.4) درجة، في حين بلغ قدر التراجع في ذلك عند الإناث المشتركات عن غير المشتركات (28.4) درجة.

ومن جانب آخر وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاه للحديث عن المشاكل اليومية مع الأسرة، تبين أن التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الفيس بوك) بلغ (17.5) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور والإناث غير المشتركين (36.4) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (18.9) درجة.

وهذا مؤشر على اتفق الجنسين من المشتركين بموقع (الفيس بوك) في نفس الاتجاه نحو تراجع التواصل مع الأسرة عبر الخوض في الأحاديث عن المشاكل اليومية مع أفرادها، إلا أن درجة نسب الاتجاه كانت متفاوتة بشكل واضح بينهما، وكانت الإناث الأكثر تأثراً من الذكور.

2. مناقشة اتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية من جانب "التفاعل مع أنشطة الأسرة":

أ. الفقرة الأولى: المتعلقة بالاتجاه للتفاعل مع الأسرة في النشاطات الترويحية: أظهرت النتائج أن اتجاهات التفاعل والمشاركة مع الأسرة في النشاطات الترويحية، قد زادت لدى الذكور المشتركين بموقع (الفيس بوك) بمقدار (4.1) درجة عن غير المشتركين من الذكور، في الوقت الذي تراجع فيه اتجاهات التفاعل عند الإناث المشتركات بقدر (23.2) درجة عن الإناث غير المشتركات.

وحول نفس الفقرة المتعلقة بالاتجاهات للتفاعل والمشاركة بالأنشطة الترويحية مع الأسرة، تبين أن التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الفيس بوك) بلغ (8.8) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور

والإناث غير المشتركين (49.4) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (40.6) درجة.

وبالتالي يتضح اختلاف وجهة اتجاهات الجنسين من المشتركين بموقع (الميس بوك) في الاتجاه نحو التفاعل مع الأسرة في الأنشطة الترويحية للأسرة، كما تفاوتت بشكل واضح كذلك درجة الاتجاهات نحو التفاعل مع الأسرة في أنشطتها الترويحية، وكانت الإناث الأكثر تأثراً من الذكور.

ب. الفقرة الثانية؛ المتعلقة باتجاه التفاعل مع الأسرة في النشاطات الاجتماعية

لقد تبين أن اتجاهات التفاعل والمشاركة في نشاطات الأسرة الاجتماعية، قد زادت لدى الذكور المشتركين بموقع (الميس بوك) بمقدار (2.9) درجة عن غير المشتركين من الذكور، في الوقت الذي تراجعت فيه اتجاهات التفاعل عند الإناث المشتركات بقدر (26.8) درجة عن الإناث غير المشتركات.

وحول نفس الفقرة المتعلقة بالتفاعل والمشاركة بالأنشطة الاجتماعية مع الأسرة، تبين أن التباين بين استجابات الذكور والإناث المشتركين في موقع (الميس بوك) بلغ (30.9) درجة، في حين بلغ التباين بين الذكور والإناث غير المشتركين (63.4) درجة، وبهذا تكون فروق الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية باختلاف الجنس حول هذه الفقرة هي (35.5) درجة.

وبهذا يتضح أن الجنسين من المشتركين بموقع (الميس بوك) اختلفا في وجهة ودرجة الاتجاه نحو التفاعل مع الأسرة في الأنشطة الترويحية للأسرة، وكانت اتجاهات الإناث الأكثر تغيراً من الذكور.

كذلك من النتائج اللافتة أن الذكور المشتركين سجلوا تراجعاً في التفاعل مع الأسرة في جوانب التواصل عبر الأحاديث عن مثيلهم من غير المشتركين، لكنهم سجلوا تفاعلاً أكثر مع الأسرة في جوانب التفاعل بالأنشطة الأسرية عن غير المشتركين، وربما يعود سبب الزيادة الطفيفة على درجة التفاعل في

الأنشطة الأسرية، إلى محبة أن يطبقوا بعض ما يعيشونه في موقع (الفيس بوك) على أرض الواقع، إذ لم تتراجع اتجاهات تفاعلهم بالأنشطة الأسرية خارج أبواب المنزل، أما داخله، فتراجعت اتجاهاتهم في التواصل مع الأسرة. وعند إجراء مقارنة بين ما خلصت إليه الدراسات السابقة وما خلصت إليه الدراسة الحالية، والتي بينت أن الإناث المشتركات في الموقع أكثر تأثراً من الذكور، تكون الدراسة الحالية اختلفت مع دراسة إيمان الشمايلة (2006) التي خلصت إلى أن درجة تأثير الإنترنت كانت في جميع المجالات أكبر عند الذكور عن درجته عند الإناث، وربما يعود سبب الاختلاف إلى الفاصل الزمني الكبير نسبياً بين الدراستين، كما اختلفت مع دراسة Aryn Karpinski (2009) التي لم تجد اختلافاً في تأثير الاشتراك في موقع (الفيس بوك) بناءً على الجنس، حيث كان التأثير متساوياً بين الإناث والذكور، وقد يعود سبب الاختلاف إلى اختلاف بين ما قامته الدراستين، حيث تدرس الدراسة الحالية الاتجاهات نحو العلاقات الأسرية (وهو موضوع متسع ومتشعب) بينما درست الدراسة السابقة تأثير المشاركة في (الفيس بوك) على التحصيل الأكاديمي (وهو موضوع بالغ التحديد)، واختلفت الدراسة الحالية أيضاً مع دراسة National College of Ireland (2010)، التي خلصت إلى أن جنس المشتركين (ذكوراً أو إناثاً) لا يؤثر في طبيعة التفاعل مع (الفيس بوك) في مجال إنغماس الإيرلنديين في الإعلام والإعلان على موقع (الفيس بوك)، واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة حلمي ساري (2008) التي خلصت إلى أن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من الذكور في العلاقات الاجتماعية.

ويمكن تعليل سبب هذه النتيجة بأن طبيعة المجتمعات الشرقية تعطي الذكر مساحة أكبر من الحرية التي تتيح له الخروج لفترات أطول من الأنثى، وتجدها أكثر تقبلاً لقيامه بنشاطات متعددة خارج حدود الأسرة، وبالتالي يكون تواصله وتفاعله أقل -عادة- من الأنثى، هذا الأمر يجعل من تراجع اتجاهاته

نحو الأسره يكون أقل حدة، فهذه الاتجاهات ليست بقوة اتجاهات التواصل والتفاعل لدى الأنثى، ذلك أن درجة التصاق وتفاعل الأنثى القوي مع أسرتها يعطيها مجالاً أوسع للتراجع في حجم التواصل نتيجة لكبر حجمه.

الفصل السادس

التوبيخات



الفصل السادس

التوصيات

بناء على ما اتضح من إقبال الشباب العربي الكبير للمشاركة في موقع (الفيس بوك)، ووجود (الفيس بوك) كأمر واقع في حياتهم، وظهور مدى تأثير هذا الموقع في تشكيل أفكارهم واتجاهاتهم وثقافتهم، فإنه لا بد من النظر إلى بعض الجوانب، كمحاولة لتدعيم الجوانب الإيجابية لهذا الإشتراك وتقليل الجوانب السلبية الناتجة من جراء هذه المشاركة ما أمكن، لذا فإنني أوصي بما يلي:

1. تثقيف النشئ بأهمية إدارة الوقت في حياتهم، وتوضيح الآثار الخطيرة الناجمة عن إهمال توزيع اهتماماتهم على جميع النشاطات الحياتية المطلوبة منهم.
2. التوعية بإمكانية حدوث إدمان على الإنترنت أو موقع (الفيس بوك)، وزيادة كفاءة الأطباء النفسيين في بلداننا، لعلاج هذا النوع من الإدمان عن طريق عقد المؤتمرات الطبية المتخصصة في هذا الجانب، وإقامة دورات تدريبية وتشجيع الأطباء على إجراء البحوث الطبية المتعلقة بالموضوع.
3. إحراء المرید من الدراسات العربية المتعلقة بآثار الإعلام الجديد، والوصول إلى تعاون تكاملي بين بحوث أكاديمي الإعلام لكشف تأثير هذه الوسائل على الفرد والمجتمع، من جانب، وبحوث أكاديمي علم النفس وعلم الاجتماع لتفسير أسباب هذه الظواهر والتنبؤ بتأثيراتها الآنية والمستقبلية على الفرد والمجتمع من جانب آخر.

4. تطوير نظريات ونماذج إعلامية، أو إيجاد نظريات إعلامية حديثة تفسر وتتماشى مع التطور الذي شهده الإعلام في عصر ثورة التكنولوجيا والمعلومات.

5. تنمية الروح النقدية لدى الناشئ منذ الصغر، عبر المناهج المدرسية والنشاطات اللامنهجية، لتمكين الشباب من تمييز مستويات الجودة والحكم الذاتي لمقاصد المواد الإعلامية التي يتعرضون لها، في عصر انعدمت فيه تقريبا - الرقابة الرسمية أو الاجتماعية أو حتى الأسرية على المواد الإعلامية المتاحة.

6. تثقيف الشئى بمفاهيم الموضوعية والحيادية والأخلاقيات الإعلامية، فبزمانهم أصبح كل شخص - بغض الطر عن تخصصه - معرضا أن يمارس دور الصحفي عندما يعرض الأحداث ويصفها ويعلق عليها في المواقع الاجتماعية والإنترنت بشكل عام.

7. توفير نشاطات وطنية دائمة ومتاحة ومتنوعة من قبل المؤسسات الرسمية والمجتمعية الخاصة يتم إشراك الشباب فيها بطرق فاعلة تتناسب مع طاقاتهم وتلبي احتياجاتهم وتدعم ثقتهم بأنفسهم وتتيح أمامهم فرص الإنتاجية لمجتمعاتهم، وتقضي بالتالي على أوقات الفراغ الطويلة التي يعيشها شبابنا.

8. إعادة النظر في الخطابات الموجه للشباب، فلم يعد مقبولا في هذا العصر مخاطبة الشباب عاموديا، بأسلوب الإملاء والتوجيه المباشر، فمخاطبة الشباب يجب أن تكون أفقية قائمة على التفاعل معهم وإشراكهم بهذا الخطاب، وإعطاءهم مساحة الحرية التي يحتاجونها لطرح قضاياهم وأفكارهم، واحترامها.

9. اختيار القنوات المناسبة لمخاطبة الشباب، بعد دراسة وتحديد القنوات الاتصالية التي يتعامل معها هذا القطاع.

المراجع

قائمة المراجع العربية

قائمة الدراسات العربية

قائمة المراجع الأجنبية

قائمة الدراسات الأجنبية



facebook

قائمة المراجع العربية

- إبراهيم، سعد الدين وآخرون (1998). التنمية العربية. ط1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- إبراهيم، سعد الدين وآخرون (1998). مستقبل الأمة العربية. ط1، بيروت مركز دراسات الوحدة العربية.
- أبو زيد، محمد (2007). "فيس بوك". وكالة أنباء دولية محورها. . أنت*. جريدة الشرق الأوسط. ع 10512، 9 سبتمبر.
- أبو العينين، تامر (2009). "بعض مواقع الإنترنت باتت مصدرا للمعلومات تلجأ إليه أجهزة المخابرات والشركات". 7/6، برن، سويسرا، نقلا عن الجزيرة نت. (on-line) available
- <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/E0BC98D7-5AEF-44FC-9656-126C4672BE41.htm>
- أحمد، سهير كامل (1999). سيكولوجية نمو الطفل، الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- أحمد، عبدالله فرعلي (2003)، منظومة المراكز التربوية. القاهرة.
- آدم، محمد سلامة (1980). "مفهوم الاتجاه في علم النفس الاجتماعي: محاولة لتعريف إحرائي". المجلة الاجتماعية القومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجائية، المجلد 17، العدد 1، القاهرة: جمهورية مصر العربية.
- بدير، كريم (2004). رعاية الطفل من الجنين حتى العامين. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.



facebook

الميسر بوك والشباب العربي

- بركات، وجدي محمد وحسن، محمد منصور (2008). "نحو إستراتيجية عربية لمواجهة تأثير الإعلام المعاصر على الأسرة والشباب". مؤتمر الأسرة والشباب في دول المجلس الأعلى للأسرة. مجلس التعاون الخليجي، للفترة من 22-24 يناير، جامعة الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة.
 - البريدي، عبد الله (2010). "الإنسوب إمبريالية التقنية وخضوع الإنسان"، المجاهد الأسبوعي، العدد رقم 2617، من 28 سبتمبر إلى 05 أكتوبر، الجزائر.
 - البوابة العربية للأخبار التقنية (2010). إنتشار (اليس بوك) يتفوق على إنتشار الصحف في الشرق الأوسط.
- on-line, available [http //www.aunews com/news/12841.html](http://www.aunews.com/news/12841.html)
- بيومي، محمد أحمد وناصر، عماف عبد العليم (2005). علم الاجتماع العائلي. الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية.
 - تركي، مصطفى أحمد (1974) الرعاية الوالدية وعلاقتها بشخصية الأبناء. القاهرة: دار النهضة العربية .
 - تريراوي، ماري (2004). العلاج المعرفي السلوكي للمدمنين وأسرهم. (ترجمة إيهاب الخراط). القاهرة: وزارة الصحة.
 - الجبلي، موفق هاشم (2000). الاضطرابات النفسية عند الأطفال والمراهقين. ط2، بيروت : مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر.
 - الجزيرة الفضائية (2010). عصر الشبكات الاجتماعية. برنامج في العمق تاريخ الحلقة 2010 /4 /19.
 - الجزيرة (2011 /3 /15)، الطريق إلى 25 يناير. الفضائية، برنامج تحت المجهر.
 - الجزيرة نت (2009 /6 /30). فيسبوك. تواصل بعمره وبجره - on

line) available:

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/CE0B3C20-44B3-4182-A8F7-D2BAD41E236E.htm>

- الجزيرة نت (2010)، نصف مليار يستخدمون (فيس بوك). متاح - في :
<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/18A9999C-31CA4409-8077-D526AA47A048.htm>

- جلال، سعد (1985). القياس النفسي: المقاييس والاختبارات. القاهرة: دار الفكر العربي.

- حافظ، صلاح الدين (1997). "قراءة المستقبل"، صحيفة الخليج، العدد يناير 3546، الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة.

- حجارى، عزت (1985). الشباب العربي ومشكلاته. الكويت: دار المعرفة.

- حسام عبد ربه (2009). "شبكة العنكبوت هل ستخلق الإنسان". مجلة المعرفة، ع70، المملكة العربية السعودية.

- الحسن، إحسان محمد (2005). علم الاجتماع التربوي. القاهرة: دار أوائل للنشر والتوزيع.

- حسن، محمد (1980). علاقة الوالدين بالطفل وأثره في حنوح الأحداث. القاهرة: المكتبة الانجلو مصرية.

- حلمي، منيرة أحمد (1965). مشكلات الفتاة المراهقة وحاجاتها الإرشادية. القاهرة: دار النهضة العربية.

- حمادة، سيونى إبراهيم (2001) حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة. (دراسة). مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، مصر.

- الخولي، مناء (1972). الزواج والعلاقات الأسرية بيروت: الدار المتحدة للنشر.

- الداخلى، رحاب (2009). "إنترنت الاتصال" في محمد، محمد سيد (محرر)، وسائل الإعلام من النادي إلى الإنترنت. ط1. دار الفكر العربي

- دائرة الإحصاءات العامة. العدد المقدر لسكان المملكة، وتوزيعهم على المحافظات حسب الجنس وفئة العمر في نهاية 2010.
- الدراب، مازن (2010). مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها. (on-line) available
<http://knol.google.com/k/mazen-aldarrab>
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2010). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية. عمان: دار وائل للنشر.
- رضوان، رافت (2007). "الهوية العربية في عصر المعلومات". ندوة الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاتصالات الحديثة لوضعها في خدمة الأسرة العربية، المجلس القومي للطفولة والأمومة بالتعاون مع جامعة الدول العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- الريمائي، محمد عودة (1998). في علم نفس الطفل. عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- زايد، أحمد (2003). عولة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية. عالم الفكر، المجلد 3، يوليو-سبتمبر.
- رهران، حامد عبد السلام (1984). علم النفس الاجتماعي. ط5، القاهرة: عالم الكتب.
- زياي، فاطمة (2005). "من مظاهر التفكك العائلي". مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، باتة. جامعة الحاج الخضر.
- السفاينة، محمد إبراهيم (2003). الإرشاد والتوجيه النفسي والتربوي، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- سميسم، حميدة (2005). نظرية الرأي العام. القاهرة. الدار الثقافية للنشر.
- سويف، مصطفى (1970). الأسس النفسية للتكامل الاجتماعي: دراسة ارتقائية تحليلية. ط3، القاهرة: دار المعارف.

- السيد محمد، على الدين (1988). "دور الأسرة في رعاية الناقهين من إدمان المخدرات". المؤتمر العربي الأول لمواجهة مشكلات الإدمان "الوقاية - العلاج - المتابعة". من 13-16 سبتمبر، جامعة الدول العربية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- السيد، عبد الحليم محمود (1979) علم النفس الاجتماعي والإعلام: المفاهيم الأساسية. القاهرة: دار الثقافة للطباعة والشر.
- شمت، خالد (2010). "اتهام (فيس بوك) بانتهاك الخصوصية". 15 إبريل، برلين، ألمانيا. نقلا عن الجزيرة نت. (on-line) available <http://www.aljazeera.net/NR/exeres/76E43EFB-AD67-43BB-BA64-046543CC5311.htm>
- الشلان، عبد الله (2004). موسوعة الأسرة ج 1، الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
- الشهري، فايز (2008). "الشكايات الاجتماعية لم تعد للمراهقين". حريدة الرياض. 7Dec، الرياض. المملكة العربية السعودية.
- صالح، سليمان (2005). أخلاقيات الإعلام الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- صالح، سليمان (2008). الإعلام والاتصال في المجتمعات الماصرة - نظرية جديدة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الحميد، محمد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3، القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبد الرحمن، سعد (1967). أسس القياس النفسي الاجتماعي. القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة.

- عبد القادر، محمود (1975). التوافق النفسي والاجتماعي للشباب الكويتي ومشكلاته. الكويت: رابطة الاجتماعيين.
- عبد الله، رشا (2010). "مواقع الشبكات الاجتماعية الالكترونية بين الخصوصية والحرية". ضمن كتاب الثقافة العربية في ظل وسائط الاتصال الحديثة، كتاب العربي، ع81، وزارة الإعلام، دولة الكويت
- العبد، نهى عاطف (2005) أطفالا والقنوات الفضائية. الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. دراسة ميدانية. القاهرة.
- العصيل، عبد الرحمن (2001). "العرب وتكنولوجيا الاتصال تحدي الثورة المعلوماتية"، مجلة الاقتصاد الخليجي، العدد 97، مارس 2001 أبريل.
- عقلة، محمد (1989). نظام الأسرة في الإسلام. ط2، عمان. مكتبة الرسالة الحديثة.
- علام، صلاح الدين محمود (2002). القياس والتقويم التربوي والنفسى: أساسياته وتطبيقاته وتوجهاته المعاصرة. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عوض، عباس محمود (1988). في علم النفس الاجتماعي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- عياد، مواهب إبراهيم (1997). إرشاد الطفل وتوجيهه في الأسرة ودور الحضنة. الإسكندرية: منشأة المعارف.
- الغسلان، ياسر (2011) "مسؤولية الشبكات الاجتماعية". (ورقة عمل)، ندوة المنتدى العربي الثاني للإعلام الاجتماعي الرقمي في الثامن من مايو. وزارة الثقافة والإعلام وشركة ثنك أوت. الرياض، المملكة العربية السعودية.
- غيث، محمد عاطف (1992). قاموس علم الاجتماع الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- الفراح، عثمان (1982). الصحة النفسية للأسرة. القاهرة. دار الكتاب الجامعي.

- الفقي، إسماعيل (1991). مقياس الاتجاهات نحو السلام والحرب: بحوث المؤتمر السابع لعلم النفس في مصر. القاهرة: الجمعية المصرية للدراسات النفسية.
- الفدي، عبد السلام عطوة (2003). تربية الطفل في الإسلام: أطوارها، وآثارها، وثمارها. ط1، بيروت: دار ابن حزم.
- فهمي، أماني (1997). "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية" المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد الثاني. القاهرة
- قاسم، أس محمد (1998). أطفال بلا أسر. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
- القطار، فايز (1990). الأمومة "نمو العلاقة بين الأم والطفل". الكويت. مؤسسة السلسلة.
- الكامل، فرج (2001). بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجراءها وتحليلها. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- كفالي، علاء الدين (2006). الارتقاء النفسي للمراهق. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- كنعان، أحمد (1998). الشباب ومشكلات النمو السكاني. دورية بناء الأحيال. العدد 25، كانون الثاني. دمشق. مؤسسة الوحدة للصحافة والطباعة والنشر.
- اللبان، شريف درويش (2009). "تأثير (الفيس بوك) والمدونات علي الإعلام المكتوب"، والمسموع، ومدى إمكانية اعتباره إعلاما بديلا). "ورقة عمل)، ندوة (الفيس بوك) بين المشاركة الواقعية والإفتراضية 7 يوليو. برنامج المجتمع المدني في مركز الدراسات بالأهرام بالاشتراك مع مؤسسة فردريش إيرت. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- اللبان، شريف درويش وعبد المقصود، هشام عطية (2008). مقدمة في أساليب البحث الإعلامي. ط1، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.

- ليلة، علي (2009). "المشاركة الإلكترونية وقيم المشاركة الاجتماعية" (ورقة عمل)، ندوة (الفيس بوك) بين المشاركة الواقعية والإفتراضية 7 يوليو. برنامج المجتمع المدني في مركز الدراسات بالأهرام بالاشتراك مع مؤسسة فردريش إبيرت. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- ماكبرايد، شون وآخرون (1981). أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم وعدا، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال. الجزائر: الشركة الوطنية للنشر والتوزيع.
- مؤمن، داليا (2004). الأسرة والعلاج الأسري. القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.
- محمد، محمد علي (1985). الشباب العربي والتغير الاجتماعي. بيروت. دار النهضة العربية.
- مختار، جمال (2008). حقيقة (الفيس بوك).. عدو أم صديق؟. ط1، القاهرة: دار جمال مختار للنشر.
- مختار، وفيق صفوت (2004). الأسرة وأساليب تربية الطفل. القاهرة: دار العلم للنشر والتوزيع.
- مرعي، إبراهيم يسومي (2007). نظريات الممارسة في طريقة خدمة الجماعة. مكتبة الإيمان: القاهرة.
- مركز الرسالة (2007). تربية الطفل في الإسلام. ط1، إيران، مدينة قم، مركز الرسالة.
- المشيخي، محمد بن عوض (2008) الإعلام في الخليج العربي؟ واقعة ومستقبله. دولة الإمارات العربية المتحدة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- المعاينة، عبد العزيز عطا الله (2011). اتجاهات حديثة في البحث العلمي الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- المعداوي، طارق (2006). "مهارات الحوار بين أولياء الأمور وأبنائهم". (محاضرة). / 2006، الجمعية البحرينية لأولياء أمور المعوقين، 5/16، المامة، مملكة البحرين.

- معوص، خليل ميخائيل (د.ت). مشكلات المراهقين في المدن والريف: السلطة والطموح. القاهرة: دار المعارف.
- مكاوي، حسن عماد و الشريف، سامي (2000) نظريات الإعلام القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- مكاوي، حسن عماد (1997). تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات. ط2، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكي، ثروت (2005). الإعلام والسياسة: وسائل الاتصال والمشاركة السياسية. الإسكندرية: عالم الكتب.
- ملفين، ل و ديفلير، ساندرابول (2002). نظريات وسائل الإعلام. (ترجمة كمال عبد الرؤوف). القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
- منصور، عبد الحميد سيد أحمد والشريبي، زكريا أحمد (2001). موسوعة تنمية الطفل. ح1، القاهرة: دار قباء للنشر والتوزيع.
- منصور، عصام ويوسف، يعقوب ملا (2011) النشر الإلكتروني في المكتبات ومراكز المعلومات "مفاهيم نظرية وتطبيقات عملية الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- ناشيمار، دافيد (2004). طرائق البحث في العلوم الاجتماعية ترجمة ليلي الطويل، دمشق، سوريا: بترا للنشر والتوزيع.
- نجاتي، محمد عثمان (1974). المدنية الحديثة وتسامح الوالدين. ط2، القاهرة: دار النهضة العربية.
- ندوة أسباب ونتائج ثورة الشعب التونسي وانعكاساتها على الساحة العربية (2011). المركز العربي لأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر.
- نصر، حسني محمد (2003). الإنترنت والإعلام - الصحافة الإلكترونية. دولة الإمارات العربية المتحدة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- العامي، صالح (2010). "قدرة إسرائيل المستفزة على تجريد العملاء". الجزيرة نت، المعرفة، 5/11. (on-line available:)

<http://www.aljazeera.net/NR/exeres/23FE3060-F321-49F7-B5A7-9426640B4884.htm>

- الورداني، يوسف (2009). "دراسة حالة لمجموعة شباب "6" إبريل ورقة عمل)، ندوة (الفيس بوك) بين المشاركة الواقعية والإفتراسية 7 يوليو برنامج المجتمع المدني في مركز الدراسات بالأهرام بالاشتراك مع مؤسسة فردريش إيبيرت. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- الوشمي، عبدالله (2011). جيل (الفيس بوك) وتويتر لا وصاية عليه. . ونبض الشباب ها (لقاء صحفي)، الرسالة، ملحق لصحيفة المدينة، العدد 17593، تاريخ 24 / 06 / 2011، المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية.
- وصفي، عاطف (1971). الأنثروبولوجيا الثقافية. بيروت دار النهضة العربية.

قائمة الدراسات العربية

- حامد، عبد الرحمن (1999) مدى وعي الشباب الجامعي بأدوارهم الاجتماعية. رسالة ماجستير. جامعة أم القرى. مكة.
- ساري، حلمي خضر (2008)، "تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية: دراسة ميدانية في المجتمع القطري"، محلة جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الأول+الثاني.
- شاهين، هبة (2000)، استخدام الجمهور المصري للتقنيات الفصائية العربية / دراسة تحليلية ميدانية. (رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- الشمايلة، إيمان أمين (2006)، مقياس الآثار الاجتماعية لاستعمال طلبة الجامعات الأردنية لشبكة الإنترنت، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة مؤتة، الكرك، المملكة الأردنية الهاشمية.
- عادل، أمينة وعبد العال، هبة (2009). "الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة". (دراسة)، المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، تحت عنوان المكتبة والمجتمع في مصر ما بين 0-7 يوليو، جامعة حلون، جمهورية مصر العربية.
- العتيبي، بدر والضيع، ثناء وإبراهيم، عبد الحميد صفوت (2009). العولمة الثقافية وأثرها على هوية الشباب السعودي وقيمهم وسلل المحافظة عليها. دراسة ممولة من مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية. الرياض. المملكة العربية السعودية.

- عمار، حلمي و أبو زيد، عبد الباقي (2002). تكنولوجيا الاتصال وآثارها الاجتماعية (دراسة)، جامعة المنوفية وجامعة جنوب الوادي، جمهورية مصر العربية.
- العبد، زيدان (2004-2005). المعاش النفسي لدى الطفل المسعف (دراسة لمذكرة ليسانس)، جامعة وهران، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- القاصي، سماح (2009). تلفزيون الواقع ونشر الثقافة الاستهلاكية. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط. عمان. الأردن.
- القحطاني، ربيع بن طاحوس (2003). أعماط التنشئة الأسرية للأحداث المتعاطين للمحدرات. (رسالة ماجستير غير منشورة)، أكاديمية بايف العربية للعلوم الأمية، كلية الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- المهداوي، فارس حس (2007). "صحافة الإنترنت: دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية". (رسالة ماجستير غير منشورة)، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.

قائمة المراجع الأجنبية

- * Carlson, Nicholas (2010). "At Last -- The Full Story Of How Facebook Was Founded" Business Insider. Mar 5, 2010 (On-line) Available <http://www.businessinsider.com/how-facebook-was-founded-2010-3#>
- * Cohen,E (2009) Five clues that you are addicted to Facebook. CNN Health. (on-line), available <http://edition.cnn.com/2009/HEALTH/04/23/ep.facebook.addict/index.html>
- * Coon,D and Mitterer,J (2007) Introduction to Psychology: Gate ways mind and behavior.Wadworth.United States.
- * eBizMBA. (On-line). available <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>
- * Ellison, N., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of on-line social network sites. A longitudinal analysis Journal of Applied Developmental Psychology, 29, 434-445. Retrieved January 25, 2009
- * Facebook.com. (2009). Timeline. In Facebook. About. Retrieved February 28, 2009, (on-line) available. <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>
- * Facebook's Privacy Policy (on-line) available: <http://www.facebook.com/policy.php>
- * Internet World Stats. (on-line). Available: <http://www.internetworldstats.com/list2.htm>
- * Internet World Stats. (on-line). available: <http://www.internetworldstats.com/me/jo.htm>
- * Kelly, Spencer (2008). Identity 'at risk' on Facebook BBC NWES 1 May UK.
- * Lewis, K., Kaufman, J , & Christakis, N. (2008) The taste for privacy An analysis of College student privacy settings in an online social network Journal of Computer- Mediated Communication, 14(1), 79-100 Retrieved December 11, 2008, from <http://www3.interscience.wiley.com>.

- * Mcquail, Denis (2000). Mass communication Theory an introduction London. Sage Publications.
- * Orgnet.com (on-line), available [http //www.orgnet.com/sna.html](http://www.orgnet.com/sna.html)
- * Peterson, Chris (2006) "Who's Reading Your Facebook?", The Virginia Informer Feb 13, The College of William and Mary USA
- * Rampell, Catherine (2008) "What Facebook Knows That You Don't" The Washington Post. February 23, USA.
- * Ramssastry, Anita (2008) "On Facebook Forever? Why the Networking Site was Right to Change its Deletion Policies? FindLaw. Feb 29, UK
- * Roper, Eric (2005). "Employers, marketers and parents accessing Facebook database" The GW HatchetNews Issue. 11/14/05, (An Independent Student Newspaper), Washington University, USA.
- * Watson, James (1998) Media Communication Hong Kong Macmillan Press
- * Werner, Sevrin and James , W (1992) Communication Theories 'Origins , methods and uses in the media, New York Hastings House Publishers
- * United Nations Development Programme International Development Research Center (1994) Sustainable Development Network, Canada. March.
- * Wikipedia. (on-line), available.
[http //ar.wikipedia.org/wiki/](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA)
[%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA)
- * Windhal, G (1981). Uses and Gratification at the crossroad Mass Communication Review USA. Sage publication
- * Winge, Sara (2006). Controversy about our "Web 2.0" service mark O'Reilly radar (on-line), available:
[http //radar.oreilly.com/archives/2006/05/controversy about our web-2.0-s.html](http://radar.oreilly.com/archives/2006/05/controversy_about_our_web-2.0-s.html)

قائمة الدراسات الأجنبية

- * Boyd, Danah m and Ellison, Nicole B (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. University of California-Berkeley California, USA. A
- * Jones, Harvey and Soltren, Jos (2005). Facebook Threats to Privacy. (study), Massachusetts Institute of Technology. USA.
- * Karpinski, Aryn (2009) The academic impact of the Facebook, (study), Ohio State University. UAS.
- * Laine, m. (2010). Effects of Group Categories on the Structure of Online Social Networks, (master Thesis), the Graduate Faculty of the University of Kansas, UAS.
- * National College of Ireland (2010) Face the Facts An eye-tracking study investigating how Irish users engage with advertising and media on Facebook, Ireland.
- * Schwartz, M. (2010). The Usage of Facebook as It Relates to Narcissism, Self-Esteem and Loneliness, (doctor dissertation), Department of Psychology, Pace University, UAS.
- * Simmons, L.C (2009). Common sense, social networks and the workplace: the generational divide explored, (master Thesis), Georgetown University, Washington, UAS.
- * Soon, J (2010) Did Facebook Absorb Freewill?, (master Thesis), The Rochester Institute of Technology, Department of Communication, College of Liberal Arts, UAS
- * United Nations(2009). Population and Development Report. Youth in ESC-WA region, a study of Conditions and Implications for Policies. 4th Issue New York.

الملاحق



ملحق رقم (1) استمارة استقصاء أولية

(لا داعي لذكر الاسم، لطفاً)

أخي الشاب، أختي الشابة
نحية طيبة،،

إجاباتكم بدقة على السؤالين التاليين ستساعدان الباحثة على تحديد موضوع
الدراسة التي تنوي القيام بها بدقة، حول المواقع الإلكترونية وتأثيرها على
اتجاهات الشباب.

تفضلوا بقبول فائق التقدير

- ما هو الموقع الإلكتروني المفضل لك؟
- ما هو أكثر موقع إلكتروني تقوم بتصفحه؟

ملحق رقم (2)

استمارة استقصاء بعد عرضها على المحكمين واعتمادها استمارة استبانة

أخي الشاب، اختي الشابة:

تقوم الباحثة بإعداد دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام تحت عنوان "علاقة المشاركة بموقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية". أرجو التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة هي الاستبانة وذلك لخدمة أغراض البحث العلمي، علما بأن المعلومات التي ستقدموها ستعامل بسرية كاملة، وتأكيدا على ذلك لن يطلب منكم ذكر الأسماء. يرجى التعبير عن رأيكم الخاص إنطلاقا من الواقع الذي تعيشونه، وبموضوعية تامة، والأمل كبير بأن يكون تعاونكم مثمرا لصالح البحث العلمي. - تتم الإجابة بوضع إشارة في المربع المقابل لخياركم المناسب. - ممكن أن تبدأ الإجابة على الاستمارة إذا كنت من الفئة العمرية ما بين (١٥-٢٤) سنة.

المشرفة: الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

الباحثة: ليلى جرار

أولاً: البيانات الشخصية

1. النوع:

☐ ذكر ☐ أنثى

2. مكان السكن:

<input type="checkbox"/> العاصمة	<input type="checkbox"/> اربد	<input type="checkbox"/> الكرك
<input type="checkbox"/> البلقاء	<input type="checkbox"/> جرش	<input type="checkbox"/> الطفيلة
<input type="checkbox"/> الزرقاء	<input type="checkbox"/> عجلون	<input type="checkbox"/> معان
<input type="checkbox"/> مادبا	<input type="checkbox"/> المفرق	<input type="checkbox"/> العقبة

ثانياً: الاستبانة

1. هل لديك حساب على (الفيس بوك)؟

☐ نعم ☐ لا

(من اختار "لا" في سؤال رقم 1 عليه ان ينتقل مباشرة إلى سؤال رقم 6 وأن لا يجيب على الأسئلة من 2 - 5)

2. تتفقد حسابك على موقع (الفيس بوك)

<input type="checkbox"/> يومياً	<input type="checkbox"/> أسبوعياً
<input type="checkbox"/> شهرياً	<input type="checkbox"/> مرات متباعدة (أبعد من شهر)

(السؤال 3 يجيب عليه فقط من اختار خيار (يومية) على السؤال رقم 2)

3. ما عدد الساعات التي تقضيها تقريبا على موقع (الفيس بوك) يوميا؟

☐ أقل من ساعة ☐ ساعة - أقل من ساعتين

☐ ساعتين - أقل من ثلاث ساعات ☐ ثلاث ساعات أو أكثر يوميا

4. هل ترى ان (الفيس بوك) قد قلل من الوقت الذي تمضيه مع اسرتك؟

☐ نعم، بقدر كبير ☐ نعم، إلى حد ما

☐ لا ☐ لا أعرف

5. في المجمل، تشعر ان (الفيس بوك) أثر على حياتك:

☐ إيجابيا ☐ سلبيا

☐ لم يؤثر ☐ لم ألاحظ

6. ما عدد الساعات التي تقضيها في المعدل مع احد افراد اسرتك يوميا داخل المنزل

تتجاوزون اطراف الحديث سويا؟

☐ أقل من ساعة ☐ ساعة وأقل من ساعتين

☐ ساعتين أو أكثر ☐ لا أخوض معهم في أحاديث

7. من أكثر من تفضل التحدث معه عن هواياتك وما تحبه أو تكرهه؟

☐ اصدقاءك المقربون على (الفيس بوك) ☐ أحد الأبوين

☐ أحد الاخوة أو الأخوات ☐ لا أحد من المذكورين

8. من أكثر من تمصل التحدث معه عن مشاكلك اليومية أو ما تتعرض له من

مواقف حياتية:

☐ اصدقاءك المقربون على (الفيس بوك) ☐ أحد الأبوين

☐ أحد الاخوة أو الأخوات ☐ لا أحد من المذكورين

9. عند قيام اسرتك بالتخطيط للقيام برحلة:

☐ تفضل ممارسة نشاط خاص فيك وعدم مرافقتهم

- ☐ لا تهلك مثل هذه الخطوط
- ☐ ترافقهم عادة، لكن بدون أن تستمتع
- ☐ ترافقهم عادة وانت سعيد برفقتهم
- 10. عند قيام أسرتك بزيارة الأقارب:
- ☐ تحب أن ترافقهم في هذه الزيارات
- ☐ ترافقهم مضطرا، دون أن تستمتع
- ☐ لا ترافقهم على الإطلاق
- ☐ لا يهمك هذا الأمر

ملحق رقم (3)

حساب العينة الممثلة لمجتمع الدراسة إحصائياً بواسطة الاستعانة
بحسابه إلكترونياً عبر موقع (macorr.com)

http://www.macorr.com/ss_calculator.htm

Determine Sample Size

Confidence Level: 95%
Confidence Interval: 5 (%)
Population: 1317070

Sample Size: 384

Find Confidence Interval

Confidence Level: 95%
Sample Size: 384
Population: 1317070
Percentage: 50 (%)

Confidence Interval: 5 (%)

ملحق رقم (4)

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

The Relationship between participation in Facebook and Attitudes of youths towards Family Relations

Preparation of Layla Ahmed Jarrar

Supervision by Prof. Dr. Hameeda Smeisem

This study aims at knowing the relationship between participation in Facebook and attitudes of youths towards Family Relations, given that the nature of the relationship of youth with his family is one of the most important indications of the nature of his interaction with the real society, and the fact that the family is one of the most important cornerstones of the inter-generational transmission of the cultural identity of peoples and its continuation. The study aims to know the proportion of the Jordanian youth participation in Facebook, and the proportion of this participation according to their sex (male and female), also to know the time they spend in using the site, and the extent of awareness of its impact on their lives, and learn about the attitudes of the participants towards their family relationships, and if there are differences in the attitudes according to gender.

The researcher used the descriptive approach using a survey (questionnaire) for data collection, and the study consisted of all youth aged (15-24 years) in Jordan, with the study sample size (384), young people between the ages (15-24 years), the scale of study was distributed over this sample, which was taken in accordance to the real percentage of the society study distribution throughout the Kingdom.

To calculate the results of the sample response to the study tool, both iterations and percentages were used, to be able to identify differences, where defining the attitudes differences between subscribers and non-subscribers towards family relationships played a major role to find the results of determining the attitudes of subscribers towards family relations.

The results of the study showed that the proportion of youths who have accounts in Facebook is (73.4) percent of all Jordanian youth, and the proportion of males participating in the site (56%) The proportion of female participation (44%), and nearly three quarters of participants visit the site daily (73.8%), and more than half of them (57.4%) believe that their participant had reduced the time spent with their families (45.6%) of the participants believe that it positively affected their lives, and (14.2%) were unable to determine whether their participation in the site had impact or not on their lives.

As the total degrees of decline trends in communication with the family through engaging interviews with family members by (12.4) degrees, and trends in communication with the family through talking to members about hobbies and favorite things by (24) degrees, while communication trends fell to talk with family members about life problems by (28.4) degrees, and retreated to trends interaction and participation with family in recreational active participants by (14.9) degrees, and a decline in participation in social activities by (17) degrees, and results of Sharply, declining trends in the interaction of the participants through engaging in conversations with brothers, with a total of (21.8) degrees

It also shows that there are clear differences in the attitudes of young people about family relationships based on gender, which dropped into directions, interviews with the family all male declined amount (7.8) degrees, and female (22.2) degrees, and the matter reiterates with directions to speak with the family on hobbies and favorite things. According to males, it was decreased by (12.7) degrees, when females by (18.7) degree, also it declined when it comes to talking about daily problems within the family when males by (21.4), when females by (28.4) degrees Illustrated by contrast distinctly with respect to the trends towards the family based on gender in interaction via family activities, the trend towards increased interaction with recreational male participants of the amount of (4.1) degrees, while the decline in female as (23.2) degrees, and this difference with the interaction with the social activities of the family, the trend towards increased by males (2.9) degrees, when the decline in females as (26.8) degrees.

According to these results and findings the researcher recommends the following.

1. The development of adolescent critical spirit to enable them to understand media's messages by themselves, in an era of almost-absent ? official censorship, or social, or even family kits available

2. Educate young people to the concepts of objectivity, credibility, and media ethics, in a time where is everyone -regardless of qualifications ? can take the role of the journalist when he/she displays and describes events and comments on social media sites and the Internet in general.

3. Educating the young people of the importance of time management in their lives, and clarification of the serious consequences arising from the negligence of the distribution of interests on all life activities which are required from them.

4. Awareness of the possibility of addiction to the Internet or Facebook site, and increase the efficiency of psychiatrists to treat this type of addiction



facebook

الميس بوك والشباب العربي

تنويه

استندت مادة هذا الكتاب إلى ما تضمنته رسالة ماجستير قدمتها بعنوان "علاقة المشاركة بمواقع الفيس بوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية"، نوقشت وأقرت دون تعديلات بتاريخ 2011/7/27، في حرم جامعة الشرق الأوسط.



يسعى هذا الكتاب للإجابة على أسئلة عديدة منها:

- كيف اجتذب (الفيسبوك) الشباب وجعلهم متعلقين فيه؟
- ما الذي انفرد بتقديمه هذا الموقع الاجتماعي للشباب؟
- لماذا التعلق بـ (الفيسبوك) تحديداً، دون سائر المواقع الإلكترونية على الإنترنت؟
- وهل لهذا التعلق من تبعات؟
- هل يمثل (الفيسبوك) تهديداً للأسرة العربية؟

مكتبة الفلاح
للنشر والتوزيع
www.alfalahbook.com

دولة الكويت

حولى، شارع بيروت، عمارة الأطباء، هاتف 2264 1983 فاكس 2264 7784 00963
ص.ب 4848 الصفاة 13049 الكويت

دولة الإمارات العربية المتحدة

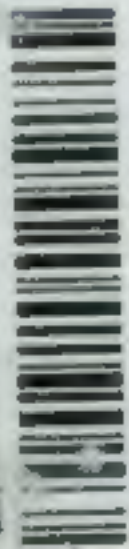
العين: ص.ب 16431 هاتف 766 2189 فاكس 00971 3 765 7901
دبي: ص.ب 20438 هاتف 263 0618 فاكس 00971 4 263 0628

جمهورية مصر العربية

37 شارع النصر، امتداد رمسيس 2، مقابل وزارة المالية، مدينة نصر، القاهرة
هاتف 2262 8143 فاكس 002 02 2263 6587

Cover Designed By: Mohamed Ayyoub

Bibliotheca Alexandrina



1182160

ISBN 995717160-7



9 789957 171605